

**PERCEPCIONES DE LOS PERIODISTAS DE LA REGIÓN CARIBE
(MONTERÍA, CARTAGENA Y BARRANQUILLA), EN TORNO A LA INSERCIÓN
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL PERIODISMO.**

HUBER YECID CASTRO ESCOBAR

**TRABAJO DE GRADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN**

**Ph.D. JESÚS ARROYAVE CABRERA
DIRECTOR**

**Mg. MIGUEL GARCÉS PRETTEL
CODIRECTOR/ASESOR METODOLÓGICO**

**COMUNICACIÓN, NUEVAS TECNOLOGÍAS Y CIUDADANÍA DIGITAL
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD DEL NORTE
DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
BARRANQUILLA**

2012

**PERCEPCIONES DE LOS PERIODISTAS DE LA REGIÓN CARIBE
(MONTERÍA, CARTAGENA Y BARRANQUILLA), EN TORNO A LA INSERCIÓN
DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL PERIODISMO.**

HUBER YECID CASTRO ESCOBAR

**UNIVERSIDAD DEL NORTE
DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
BARRANQUILLA**

2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma

Nombre:

Presidente del jurado

Firma

Nombre:

Jurado

Firma

Nombre:

Jurado

Barranquilla, Noviembre de 2012

DEDICATORIA

Al finalizar esta importante etapa en mi vida quiero dedicarle este trabajo a la memoria de *Judith del Carmen Escobar Márquez*, (q.p.d), mi madre, quién no pudo ver este peldaño y triunfo alcanzado, a ella va este triunfo porque me animó y apoyó durante el lapso de su vida para que realizara esta maestría. A mi amada esposa *Ligia Herrera Criado*, Mis hijos, *María Victoria y Jesús Miguel*. A mi padre Remberto, Tío Abuelo “Cholo”, Mis Hermanos Charles, Cesar y Mi gran Amigo *Miguel Garcés*; cada uno de ellos tiene un don que Dios me permitió conocer.

Huber

AGRADECIMIENTOS

La cristalización de este trabajo tiene muchos actores que de una u otra forma han colaborado en su realización, por eso agradezco a:

- Miguel Garcés Prettel, por su apoyo incondicional, por ser el mejor amigo, mi asesor, confidente, hermano, y por desprenderse de todo, con tal de ayudarme, gracias,
- Mi amada esposa Ligia Herrera, por cada día motivarme a continuar con el proyecto, y por convertirse en mi ayuda idónea.
- Los estudiantes de los programas de comunicación social, de la Universidad Tecnológica de Bolívar, en especial a Dalis Botero, y a los estudiantes de la Universidad del Sinú.
- La familia Santoyo; *Yannin, Valeria, la Bebe, Sr. Toño y Elena*, gracias por permitirme compartir con ustedes.
- Kerwin Ochoa, gracias por tu ayuda en los últimos momentos, fue fundamental para la culminación de este proyecto.
- La Universidad del Norte, en cabeza del distinguidísimo Dr. Jesús Arroyave.

Huber Yecid Castro Escobar

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	8
1. INTRODUCCIÓN	10
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
3. JUSTIFICACIÓN	16
4. MARCO DE REFERENCIA	18
4.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	18
4.1.1. Aproximación al Concepto de Percepción desde la Comunicación	23
4.2. MARCO TEÓRICO	24
4.2.1. Sociedad de la Información	24
4.2.2. El Periodismo Tradicional y las NTIC	26
4.2.3. Tendencias en las Competencias	37
5. OBJETIVOS	43
5.1. OBJETIVO GENERAL	43
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	43
6. METODOLOGÍA	44
6.1. MANEJO EN EL PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN	45
7. RESULTADOS ANALIZADOS	47
7.1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA	47
7.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE PRESENTAN LOS PERIODISTAS CON LA INSERCIÓN DE LAS TIC EN SUS LABORES	48
7.2.1. Ventajas	48
7.2.2. Desventajas	55

7.3.	NUEVAS COMPETENCIAS PARA NUEVOS PERFILES LABORALES	59
7.3.1.	Competencias Éticas	59
7.3.2.	Competencias Específicas	63
8.	CONCLUSIONES	73
9.	RECOMENDACIONES	75
9.1.	INSTITUCIONES FORMADORAS	75
9.2.	PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN	75
9.3.	EMPRESAS INFORMATIVAS	76
	BIBLIOGRAFÍA	77
	ANEXOS	88
	ANEXO A: Entrevista Semi-estructurada	89
	ANEXO B: Cuadro: Percepciones de los Periodistas en torno a su profesión, a la luz de las nuevas tecnologías en el Caribe Colombiano	91

RESUMEN

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), y el ejercicio periodístico que implica su uso, son sin duda, la revolución más significativa a finales del siglo XX. Por consiguiente en esta investigación se presentan los cambios que implica la inserción de las NTIC en la labor periodística, en especial lo relacionado con la formación de competencias. Por otro lado se describen algunos hallazgos en el seno del periodismo en la región Caribe.

Esta investigación es de naturaleza cualitativa y de tipo descriptivo, analiza las transformaciones que tiene el periodismo en la región Caribe a partir de las percepciones de los periodistas de tres ciudades de la costa; Montería, Cartagena y Barranquilla, en relación a los cambios y oportunidades del periodismo y la profesión periodística frente a la inserción de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en las labores profesionales.

El diseño metodológico partió de una muestra intencional de sesenta y cuatro (64) periodistas en ejercicio, incluyendo directores de los principales medios de comunicación de estas tres ciudades que respondieron al tema mediante entrevistas semi estructuradas. La muestra se seleccionó de acuerdo al criterio de que fueran periodistas en ejercicio con mínimo dos años de experiencia y que laboraran en empresas informativas dentro de las ciudades seleccionadas.

Dentro de los hallazgos se resalta que los periodistas de estas ciudades perciben positivamente el uso de las NTIC en su oficio, reconociendo beneficios en términos de acceso rápido a diversas fuentes de información, facilitación de las labores de redacción y edición de contenidos, mayor contacto con sus audiencias y colegas de trabajo. Sin embargo perciben que los cambios negativos que ha sufrido la profesión periodística no son por los medios tecnológicos, sino por los fines y por quienes lo usan y cómo lo aplican.

Por último se catalizan las competencias que demandan las empresas informativas a partir de los testimonios de los periodistas, identificándose dos clasificaciones generales: Competencias Éticas y Competencias Específicas.

- Éticas: relacionadas a la norma jurídica y la social vista desde el bienestar colectivo
- Específicas: resultan tres dimensiones, académicas, profesionales y comunicativas, esta última se evidenciada desde lo estratégico y lo tecnológico

1. INTRODUCCIÓN

El periodismo y los periodistas en muchas partes del mundo han tenido cambios en la manera de comunicarse y ejercer sus roles a partir de la inserción de las tecnologías de la información y la comunicación en sus labores diarias, lo que ha obligado también a cambiar el uso común de la información y la relación entre los periodistas y sus audiencias. Incluso en este siglo es un hecho indiscutible la forma en que Internet está impulsando un nuevo modelo de periodismo dinámico, claro y sencillo (López, 2005).

Las opiniones especializadas sobre el tema son variadas, algunos académicos como Sandoval (2001) y Meso (2002) son optimista al creer que con internet, los periodistas pueden asumir las nuevas tareas y desafíos éticos que genera el ciberespacio y el trabajo en entornos digitales, en donde se han convertido simultáneamente en emisores y receptores que reciben y emiten información desde el mismo canal. Otros en cambio, están preocupados porque en algunos escenarios el mal uso de las TIC, en especial las asociadas a internet están afectando la calidad del trabajo periodístico cuando se deja de tener un acercamiento presencial con la realidad.

Frente a este panorama de contraste resultó pertinente establecer qué cambios y oportunidades perciben los periodistas de la región Caribe colombiana, a partir de la inserción de las TIC en las prácticas periodísticas que desarrollan en Montería, Cartagena de Indias y Barranquilla, ciudades costeras ubicadas en la zona norte de Colombia muy reconocidas por su potencial turístico-cultural y por ser puertos marítimos en donde se mueve parte de la economía colombiana; además históricamente han sido epicentro de foros y cumbres de gran envergadura local y mundial a nivel social, político, tecnológico y cultural, lo que las hace ser centros continuos de noticias e informes periodísticos del orden nacional e internacional. Por otra parte, conviene precisar que los dispositivos de mayor interés para esta investigación son los desarrollos tecnológicos basados en Internet que algunos

denominan nuevas tecnologías (NTIC), a su vez el concepto de TIC al que se hará referencia es el propuesto por Cobo Romani (2009) a partir de un estudio documental en donde recopiló, analizó y clasificó qué entienden por este concepto distintos organismos internacionales, desde allí definió las TIC como dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten la edición, producción, almacenamiento, intercambio y transmisión de datos entre sistemas de información que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes que posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal como la multidireccional.

Para este estudio el concepto de percepción es analizado desde los periodistas en ejercicio que aceptaron ser evaluados, asumiéndose ser los perceptores. Los campos de acción para el análisis fueron los aspectos percibidos en su ejercicio periodístico, enmarcándose dentro del contexto de las tres ciudades mencionadas; cuya orientación está dirigida hacia la propuesta de una serie de recomendaciones que contribuyan a una mejor utilización de las NTIC como herramienta mediática en el proceso de comunicación.

Con el fin de evaluar los métodos llevados a cabo por las empresas informativas, en materia de capacitación profesional, se vuelve oportuno indagar Cómo perciben los periodistas del Caribe Colombiano (Montería, Cartagena y Barranquilla) los cambios que ha tenido su profesión, a partir de las NTIC en la labor periodística.

Además, es importante la identificación de cuáles son esas nuevas competencias tecnológicas aplicadas, competencias profesionales integradas y competencias éticas que están demandando las empresas informativas, y que serán de gran utilidad para que las universidades y los centros de formación puedan hacer reformas en sus currículos, buscando formar a los comunicadores periodistas, para llenar esas demandas que las empresas están exigiendo.

Para el logro del objetivo propuesto en esta investigación, el cual consiste en analizar las percepciones que tienen los periodistas sobre su profesión a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en las labores periodísticas que realizan en Montería, Cartagena y Barranquilla, es pertinente usar la fundamentación conceptual desde la teoría de representaciones sociales de Moscovici (1997) para hacer una delimitación conceptual, que permite interpretar las opiniones y percepciones que tienen estos profesionales frente al tema, que en este caso está enfocado a dos objetivos específicos; identificar las ventajas y desventajas que perciben los periodistas en sus labores profesionales a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en sus diversas formas de aplicación, y establecer las nuevas competencias laborales asociadas al uso de las nuevas tecnologías que demandan las empresas informativas, a partir de las percepciones de los periodistas de la región.

El diseño metodológico de la presente investigación es de naturaleza cualitativa, de tipo descriptivo. Se hizo un muestreo intencional de sesenta y cuatro (64) periodistas distribuidos en los medios de comunicación; Prensa, Radio y Televisión de las tres ciudades.

Con este estudio se logró conocer las opiniones y percepciones que tienen los periodistas frente a la utilización de las NTIC en la actividad periodística, se reconocieron las ventajas y desventajas de las herramientas tecnológicas de información y comunicación que emplean en el proceso comunicacional, y se analizó el grado de apropiación en competencias tecnológicas, éticas y profesionales que tienen los periodistas. En este marco, se formularon nociones de cambios en los modelos de comunicación para fomentar el uso de las NTIC en los procesos de producción periodística.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La aparición de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha ocasionado que las empresas informativas, modifiquen los usos y contenidos tradicionales para acercarse y relacionarse de otras maneras a sus audiencias. Hoy por hoy las TIC han posibilitado la generación de un nuevo tipo de sociedad con base en el conocimiento y el flujo de la información, las agencias de información y de noticias no se han quedado atrás para participar de este nuevo esquema de sociedad que configura un nuevo modo de hacer noticia, más allá de lo local y que permite acceder en tiempo real a diversas fuentes de información de todo el mundo.

Muchos periodistas han aprovechado estos nuevos avances y estas nuevas formas de vida social teniendo en cuenta las nuevas lógicas de consumo y de relaciones que se generan con el uso de las TIC, y de esta manera han propiciado nuevos acercamientos entre sus audiencias, buscando una mayor interactividad y un mayor flujo de información que permita profundidad y complementariedad entre las noticias que se producen.

Aun así existen académicos de la comunicación preocupados por la manera en que se están usando las TIC en algunos escenarios del periodismo, pues a pesar de las nuevas oportunidades y escenarios que se están abriendo gracias al uso de las TIC, la calidad del periodismo en ocasiones está haciendo amenazada, cuando algunos periodistas optan por encerrarse en sus oficinas y alimentarse de la información que reciben desde el ciberespacio para luego reacomodarla y retransmitirla, lo cual develan que muchos han renunciado a la idea de constatar las fuentes, de tener fuentes directas y un acercamiento presencial con la realidad que investigan, transformándose así en simple facilitadores de información y

renunciado a producir noticias de primera mano, además de negarse a ir al trabajo de campo a confrontar las fuentes y la realidad que analizan. Frente a esto, López (2002) reconoce que los centros de educación superior juegan un papel importante en la tarea de preparar periodistas, que les permita aprovechar las bondades que brindan las TIC para hacer periodismo de calidad, así mismo considera que las universidades han venido ganando terreno en la idea de asumir el desafío de formar comunicadores sociales y periodistas con una oferta de calidad que tenga en cuenta los nuevos perfiles profesionales y las demandas del mercado, pero sugiere que no se debe perder de vista lo más importante: *“formar profesionales que sepan pensar, que conozcan y entiendan el funcionamiento de la sociedad, que sepan investigar y que tengan preparación para trabajar en la sociedad en que viven”* (López, 2005).

El investigador José Manuel de Pablos (2002) también asegura que con la llegada de Internet, las fuentes poderosas han creado sus sitios Web y en ellos han puesto sólo lo que les interesa y beneficia, pero también empieza a darse un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes: emplea la fuente muda que es el sitio Web: y así el periodismo, por ese camino, hace propaganda de las entidades que usan el sitio Web como escaparate. Otros como el escritor y pensador uruguayo Raúl Zibechi (2005), por el contrario ve con buenos ojos las nuevas oportunidades que han ofrecido las TIC para ir fortaleciendo el periodismo independiente que está en vía de extinción, dada las presiones que ejercen los dueños de los megamedios o medios masivos que casi siempre han limitado la libertad de expresión de los periodistas que trabajan con ellos, y es allí donde según él los nuevos medios alternativos que han surgido con el uso de las TIC están ofreciendo oportunidades para un periodismo más libre y analítico, y alejado de la lógica mercantilista, vacío y sin profundidad que amenaza al periodismo mundial.

Por lo tanto se hace necesario investigar como los periodistas del Caribe están ejerciendo su labor en medio de estos cambios en los roles que están produciendo a partir del uso de las TIC en todo el mundo, es vital conocer de qué manera se están capacitando para amoldarse a las nuevas lógicas de las empresas informativas, como también interesa mirar los dilemas, desafíos, avances y retrocesos que están teniendo desde la inserción de estos avances tecnológicos.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo perciben los periodistas del Caribe Colombiano (Montería, Cartagena y Barranquilla) los cambios que ha tenido su profesión, a partir de las NTIC en la labor periodística?

3. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad se han visto transformaciones en las maneras de comunicarse y ejercer la labor los periodistas, debido a la inserción de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en sus prácticas profesionales. Dichas transformaciones han obligado de alguna manera a cambiar los usos que se le da comúnmente a la información y a la relación entre los periodistas y sus audiencias. Las tecnologías han permitido a los periodistas hacer usos de nuevas plataformas como el internet, lo que ha hecho que en algunos contextos sociales de países, el perfil del periodista y del periodismo que ha sido nutrido por las ventajas comunicativas que ofrece la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad (Salaverría, 2008) cambien de manera sustancial, pues estas nuevas ventajas mediáticas están siendo usadas para facilitar la trasmisión de información por medio del ciberespacio y para generar nuevos vínculos entre las agencias, los usuarios y entre los mismos periodistas, ampliando así el espectro de circulación trascendiendo lo local y avanzado hacia un modelo de periodismo de trascendencia mundial (Mcluhan, 1964).

Sin duda alguna los cambios tecnológicos son necesarios para el progreso de una sociedad, pues existe una estrecha relación entre información, conocimiento y desarrollo (Toffler, 1994). Por ello, es necesario que el periodista como comunicador, emisor y receptor de información use todas las herramientas posibles para hacer su labor de una manera responsable. Esta investigación precisamente busca entender lo que está pasando con el periodismo en ciudades como Montería, Cartagena y Barranquilla teniendo en cuenta los nuevos avances tecnológicos, y de esta manera entender que tanto los periodistas se han apropiado de estos nuevos recursos desde lo local y como eso está transformando sus prácticas y sus roles para bien o para mal, esto sin duda alguna es vital para analizar los avances, retrocesos y desafíos que está teniendo la labor periodística en el Caribe a partir de la inserción de las TIC.

La investigación se justifica, además, porque permite distinguir los aspectos influyentes en su perfil profesional como periodistas, teniendo en cuenta la inserción de las NTIC en sus prácticas. Se hace importante distinguir los aspectos positivos y negativos que le dan los periodistas de estas ciudades a la tecnología, de esta manera se torna más sencillo esclarecer la importancia que tienen los cambios tecnológicos para el desarrollo social o por el contrario que tanto afecta el avance tecnológico a los periodistas en su labor. Sin duda alguna investigar sobre las NTIC y cómo afecta o contribuyen al desarrollo del oficio de periodista, hace que nazca la iniciativa de proponer cosas que sirvan para nutrir y fortalecer los conocimientos y prácticas del periodismo, buscando que estas se ejerzan de una manera seria, comprometida, responsable y profesional.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Conocer trabajos de investigaciones que incluyen la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación(NTIC), sus avance e impacto en el ejercicio periodístico, permite identificar dificultades, fortalezas y debilidades comunes a la profesión, en el ámbito académico a nivel de la ciudades de Montería, Cartagena y Barranquilla por ser estas tres ciudades de gran potencial representativo de la costa norte del Caribe Colombiano y ser epicentro noticioso en los últimos años, de cumbres en el sector económico y de espacios de negociación en los procesos de paz y reconciliación, temas que configuran las agendas noticiosas de los medios locales, nacionales e internacional.

Luego de revisar bases de datos y tener acceso a bibliotecas de las universidades e institutos que están localizadas en estas ciudades, encontramos las investigaciones del profesor Said Hung (2009, 2011), con relación al desarrollo del ciberperiodismo en Colombia, dentro de los resultados destacados tenemos: el 59.9% de los docentes que están envueltos en la enseñanza de los futuros ciberperiodistas, al parecer no hacen uso de las TIC, según una de las conclusiones del doctor Said, esto permite *“que no se incentive al estudiante de periodismo a aprovechar los espacios de formación para el reconocimiento de los diferentes rasgos de aplicabilidad y potencialidades que tienen las TIC y los servicios en ellas para su ejercicio periodístico”*. (Said, 2009);

Otro de los resultados importantes es el perfil profesional y académico de la población objeto de estudio, concluyendo que para estos perfiles es necesario hacer una revisión y reforma a los planes de estudio de las distintas facultades y departamentos de comunicación del país, (Said, 2009) teniendo un perfil más transversal caracterizado para aprender a contar con recursos TIC al momento de contar la noticia. Este antecedente investigativo es de real importancia para esta

investigación por trabajar el tema de Inserción de TIC en el periodismo desde los escenarios de los centros de formación.

Por otra parte, en dos encuesta sobre el periodismo de internet en Latinoamérica, realizado por el diario El Tiempo en el año 2004 y una segunda 2006 (Guzmán, 2007), en asocio con el diario El Colombiano; en estos dos estudios, que se consideran como el material de referencia para investigaciones sobre el tema, donde participaron las cabezas periodísticas de los sitios de noticias más importantes de América Latina. Entre los resultados de importancia para el caso nuestro, vale la pena mencionar que ninguna de las dos encuestas toca las transformaciones del periodismo desde los periodistas que no se enmarcan en la categoría de cibernautas, es decir que trabajan en medios tradicionales y que algunas veces se ven obligados a recurrir a fuentes del ciberespacio. El estudio destaca el perfil del periodista online, resaltando que es un periodista joven entre edades de los 20 y 30 años, su trabajo se enfoca en la edición y redacción dejando a un lado la reportaría; y con relación a las empresas informativas que demandan sus servicios aseguran que los ingresos no alcanzan para mantener su operación.

Con relación al perfil de la profesión del periodista en Colombia, encontramos el trabajo de Arroyave & Blanco (2005), el objetivo de este proyecto es conocer el perfil sociológico de la profesión periodística en Colombia, a partir del análisis de discusión con cinco grupos focales en las cinco ciudades principales de Colombia (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena). Para lo cual diseñaron cuatro categorías (Institucional, Formativa, Personal, Amenazas/obstáculos en el ejercicio periodístico); Se resalta esta investigación pues determina el perfil según el referente de representación nacional, sin embargo dentro de su análisis que puede estar en la categoría de obstáculos no se toca la relación con las TIC, pero nos presenta datos interesantes en cuanto a las competencias que le exigen las empresas informativas y su baja remuneración; entre los resultados a destacar tenemos que el periodista de medio radial, presenta mayor dificultades a la hora

de obtener una remuneración digna y muchas veces se ven obligados a ser tentados por las ofertas que les ofrecen los que amenazan con la labor periodística principalmente en situaciones de conflicto. Como objetivo a destacar de esta investigación está el hecho de esculcar la perspectiva humana del ejercicio periodístico y de quien lo ejerce. (Arroyave & Blanco, 2005).

La aparición de las tecnologías de la información y la comunicación, vista desde la innovación y uso de Internet, NTIC ha ocasionado que las empresas informativas, modifiquen los usos y contenidos tradicionales para acercarse y relacionarse de otras maneras a sus audiencias. Hoy por hoy las NTIC han posibilitado la generación de un nuevo tipo de sociedad con base en el conocimiento y el flujo de la información, las agencias de información y de noticias no se han quedado atrás para participar de este nuevo esquema de sociedad que configura un nuevo modo de hacer noticia, más allá de lo local y que permite acceder en tiempo real a diversas fuentes de información de todo el mundo.

Muchos periodistas han aprovechado estos nuevos avances y estas nuevas formas de vida social teniendo en cuenta las nuevas lógicas de consumo y de relaciones que se generan con el uso de las NTIC, y de esta manera han propiciado nuevos acercamientos entre sus audiencias, buscando optimizar la interactividad y el flujo de información que permita mayor profundidad y complementariedad entre las noticias que se producen.

Adicionalmente algunos de los aportes de Canel y Sádaba (1999) sobre las actitudes profesionales de los periodistas en Europa, nos permiten tener un recorrido de las investigaciones que se han realizado desde mediados de siglo, en él se recogen varios temas de controversia en el periodismo: objetividad en la práctica periodística, la funcionalidad del periodismo, la responsabilidad social entre otros; esta perspectiva limita la observación de componentes que influyen en las actitudes profesionales de la producción de contenidos informativos; se sugiere adquirir una mirada simbólica (Canel y Sádaba, 1999) que permita al

profesional de la comunicación servir de mediador entre las actitudes del periodista, la producción de contenidos y las audiencias.

Según Rodríguez (2000), muchos periodistas se muestran reacios a responder interrogantes que buscan informar sobre ellos, sus costumbres, cómo son sus hábitos laborales y rutinas. Se debe estudiar desde una sociología de la profesión (López & Santamaría, 1976) en el hecho de señalar que por razones de diversa índole, contrario al resto del mundo son muy pocos los estudios que enfatizan desde las características socio-demográficas (Rodríguez, 2000), para así conocer mejor la tarea de mediación.

Ortega (2000) desde sus investigaciones en el contexto europeo, identifica cuatro factores que generan tensión en el oficio del periodista, y que inciden en la forma como éste percibe su profesión, siendo estos: el factor vital, referido a lo absorbente del oficio; el factor competencial, que tiene que ver con las habilidades que exige la profesión y la capacidad de autorregulación y asociación; el factor relacional, que tiene que ver con el ámbito de las relaciones interpersonales que construye en su lugar de trabajo y en el mismo círculo de pares; y el factor político, referido a la tensión en sus labores, teniendo en cuenta la capacidad de los medios de influir en la sociedad desde sus contenidos y agendas.

En el contexto norteamericano se destacan las investigaciones de Jim Willis (2003) y las de Weaver y Whilhoit (1986; 1999) en donde los periodistas estadounidenses entienden la importancia de la sensibilidad social y el ejercicio responsable de esta profesión para contribuir al desarrollo social, aun así encontraron que los que antepusieron una alta prioridad a la compensación económica tenían una tendencia a mostrarse menos satisfechos, que los que asociaron el periodismo dándole un valor altruista. Adicionalmente señalan, que a estos periodistas les preocupa el ausentismo periódico en sus hogares, lo que les ha ocasionado problemas maritales o familiares.

Por su parte, los análisis de Weaver (1999), refuerzan la necesidad de hacer estudios comparativos o de razones diferenciales entre países o continentes sobre las actitudes profesionales de los periodistas, aunque resalta que las normas culturales y los valores políticos parecen ejercer cierta influencia sobre la percepción de los periodistas acerca de la ética, del empleo y audiencia, y su desempeño.

Cada novedad tecnológica ha generado tensiones y ha funcionado como catalizador para las nuevas formas de periodismo (Smith, 1980). O sea, que la reprofesionalización, entendida como la ejecución de nuevas tareas, ha sido un proceso permanente.

En una investigación en la que participaron 36 periodistas de distintos medios de cuatro países de América latina (República Dominicana, Argentina, Uruguay, El Salvador), liderada por Arroyave & Blanco en el 2005; mediante la técnica de grupo focal, se muestran los resultados de las percepciones alrededor de su profesión, con el fin de ayudar a responder “¿Qué tan preparados se encuentran los estudiantes para enfrentar las realidades de la profesión en su región?”. Manejando las variables de nivel de satisfacción, situaciones de tensión en el gremio y dificultades en el día a día.

Con relación a la línea específica del uso de las TIC, Arroyave (2005) menciona *“La tecnología ha sido señalada como factor que causa gran estrés a los profesionales que laboran en medios electrónicos”*. Este análisis se considera pertinente para nuestro trabajo de investigación en el hecho de señalar que las demandas que tienen las empresas informativas en cuanto a factores de inmediatez, sistematización y validación se la recaen al hecho de las habilidades en soporte tecnológico.

El uso de las NTIC, en muchas profesiones ha traído cambios en los perfiles tradicionales, dando como resultado nuevas figuras en el ejercicio periodístico, tales como la investigación, elaboración y difusión de los mensajes informativos.

Algunos estudios latinoamericanos entre ellos: Morfín (1997), Cabrero (2005) Rojano Coor (2006) se aproximan a estas afirmaciones. Otros estudios como en España y la Unión Europea, analizan los temas relacionados con el periodismo digital desde nuevas perspectivas; un ejemplo de envergadura fue el The Impact of the Internet on Mass Media in Europe de la Acción COST A20 (Meso, 2007) este estudio permitió conocer las principales tendencias en el proceso de la incorporación de nuevos métodos de trabajo y herramientas tecnológicas en los diarios.

4.1.1. Aproximación al Concepto de Percepción desde la Comunicación

Las representaciones sociales son entendidas como modalidades del pensamiento de sentido común que se generan, permanecen y se transforman mediante procesos comunicativos cotidianos y mediáticos. Moscovici (1997) citado por Rodríguez (2009). Describe el papel de la comunicación en la construcción de las representaciones sociales así: *“La fórmula es corta: no hay representación sin comunicación y no hay comunicación sin divergencia”* (Rodríguez, 2009).

Se asume entonces que la comunicación, sustentada por un fondo sociocultural compartido, es el medio a través del cual los actores sociales adquieren competencias prácticas que les permiten reducir el grado de incertidumbre, asimilar las innovaciones y moverse con naturalidad en el mundo. Para este caso en particular, la comunicación interpersonal es la modalidad de la comunicación social donde se origina principalmente la construcción de las representaciones sociales (Berger y Luckmann, 1988).

Otros autores como Salomon Asch pionero en la investigación acerca de la formación de impresiones en las personas, fue influido por la psicología de la Gestalt, considerando que *“El todo es más que la suma de sus partes”*, reafirmando que los diversos elementos de información que poseemos de una persona se organizan como un todo, generando una impresión dinámica, difícil de

predecir a partir de los elementos tomados por separado, en relación a lo formulado por Asch (1946).

Después de una revisión bibliográfica y acorde a los objetivos de la investigación en relación al periodismo y las NTIC, fue posible proponer un corpus académico.

4.2. MARCO TEÓRICO

4.2.1. Sociedad de la Información

Desde los años noventa se viene dando una apertura al concepto de sociedad de la información, a partir de ese momento, se ha intensificado gracias al proceso de globalización; donde se incluyen el uso de medios personales, como el teléfono celular y el correo electrónico, hasta los medios colectivos como la televisión las redes sociales en internet, sin tener una definición comúnmente aceptada por todo el mundo. Es así como Belloch (2000) recoge en su libro “La Educación en la Sociedad de la Información.” diversos conceptos dados por algunos autores entre ellos: Negroponte (1995) utiliza el término “Mundo digital”, Terceiro (1996) “Sociedad Digital”, Castells (1995) “Ciudad Informacional”, Joyanes (1997) “Cibersociedad”, Echeverría (1994) “Telépolis” y Postman (1994) “Tecnópolis”.

Para Trejo, la definición está ligada a la velocidad en el manejo de la información, desde la forma de generarse, transmitirse y procesarse, es decir la fuente donde se origina es de forma instantánea, y algunas veces es procesada por la misma fuente, sin importar la distancia que la une del lugar donde se generó.

Actualmente muchas de las actividades principales del mundo en diferentes áreas, económicas, sociales, políticas y culturales se dan por internet, según Castell (2001) este medio permite la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global, la interactividad, la multimedialidad y la comunicación en doble vía es una de las necesidades que internet ha venido a

facilitar a un bajo costo a través de las herramientas y múltiples servicios que permiten que las personas estén más conectadas.

También podríamos decir que la sociedad de la información es el sistema económico y social, donde la generación, procesamiento y distribución del conocimiento e información constituyen la fuente fundamental de productividad, bienestar y poder (Castells, 2000). En este sentido el PERIODISMO ejerce una doble labor de producir y comunicar, aunque en el ejercicio periodístico la producción parte de copiar las fuentes consultadas por otros, sin llegar a la fuente, haciendo uso de una super-autopista de información (Trejo, 1996) en las que no existen sistemas de calidad regulados.

En relación al desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (NTIC), es necesario asumir una posición; con relación al término NTIC es acuñado desde 1995 en el marco de la 28ª Asamblea de la UNESCO, y que posteriormente se amplía para referirse también al impacto de lo digital dentro del ámbito social o desde cualquier escenario de la vida, teniendo como principal característica la no existencia de límites entre una tecnología y otra soportada en la innovación y las distintas plataformas basadas en internet.

Las NTIC juegan un papel en la sociedad de la información, a la que Toffler (1994), las señala como protagonistas de las causas y consecuencias de las transformaciones estructurales que tiene una sociedad industrializada, a una sociedad de la información en un mundo globalizado; de igual forma Castell (2001), sintetiza que *“...la Sociedad de la Información es la que se está organizando sobre la base del uso generalizado de información a bajo costo, del almacenamiento de datos y de las tecnologías de transmisión”*, soportadas hoy en día en el uso de herramientas web, preferiblemente web 2.0, término que invita a una comunicación de doble vía, en el hecho de los servicios que se soportan en la interactividad, la multimedialidad y la hipertextualidad (Díaz N. &Salaverría, 2003).

En todos esos procedimientos la interactividad, la hipertextualidad, instantaneidad y la universalidad, las características más sobresalientes en los procesos de innovación tecnológica empiezan a utilizar NTIC para incorporarla en sus labores profesionales.

Por su parte en el libro Sociedad digital, de José B. Terceiro (1996), nos aclara el uso del término en relación al uso de las tecnologías de la información y comunicación, teniendo como claridad la hipertextualidad digital, ésta se da a través de internet y otros medios electrónicos, obligando a los comunicadores y periodistas a adquirir la habilidad de hiperenlaces en mundos distantes, pero comunes entre documentos, permitiendo mostrar el contexto al usuario (Núñez, 1995).

Otro aspecto importante es adquirir la capacidad de sintetizar a la brevedad posible la noticia en una pantalla digital y manejar la sobre abundancia de información.

4.2.2. El Periodismo Tradicional y las NTIC

El periodismo en el mundo ha sido abordado por diversos autores; la respuesta puede estar en el modelo clásico de Harold D. Laswell (1932), citado por Martínez (2002) que buscaba responder los cinco interrogantes: Quién/dice qué/ en qué canal/ a quién/ y con qué efecto/; algunos investigadores proponen un análisis para cada uno de ellos: análisis de control (quién), análisis de contenido (dice qué), análisis de medios (en que canal), análisis de audiencia (a quién), y análisis de los efectos (con qué efectos); esto permite conocer el proceso de comunicación que visto desde lo convencional puede ser lineal, Emisor-Mensaje-Canal-Receptor a través de un procedimiento de codificación y decodificación según Shannon & Weaver, 1949 citado en Toussaint (2003). Para Martínez (2002) el legado de Laswell es estudiado y valorado en tres parámetros del periodismo: canal, mensaje y audiencia.

- El enfoque analítico de los canales: Caracterizado por el uso comunicativo de los medios y de difusión masiva Mass Media.
- El enfoque de Mensajes: Visto desde la producción del mensaje periodístico que cumpla con ser preciso, verificable y contextualizado.
- Desde la óptica de las audiencias: El periodismo tiene como objetivo principal difundir mensajes para un público amplio, heterogéneo y geográficamente esparcido.

Desde la incorporación de las tecnologías en el ejercicio periodístico, visto como los usos de dispositivos vanguardistas trayendo consigo efectos en las decisiones del ciclo comunicacional replanteando el modelo tradicional del proceso de comunicación, debido a que el receptor en algún momento del ciclo se convierte en emisor para lo cual Toussaint (2003) lo denomina “perceptor” una figura dada al receptor activo, con capacidades desarrolladas por el uso de herramientas que incluyen la interactividad, como respuesta a las ventajas ofrecidas por las NTIC.

• **Periodismo Digital**

Sánchez (2008) afirma que el periodismo digital empieza cuando aparecen los periódicos en línea discutiéndose como una nueva forma de hacer periodismo, revolucionando la forma de hacer periodismo, donde se agrupan las ventajas de cada medio tradicional (Prensa, Radio y Televisión); como parte de su investigación, Sánchez propone la clasificación que hace Gil (1993), donde diferencia periodismo digital de periodismo electrónico; en el hecho de que algunos medios como la radio y la televisión se soportan por medio de dispositivos electrónicos con una gran preferencia en la señal análoga y el periodismo a partir de lo digital, es llamado Ciberperiodismo, o también conocido como periodismo en la red, periodismo digital, e-periodismo, periodismo "online", periodismo multimedia, son términos que se vienen utilizando para referirse al trabajo periodístico que emplea las técnicas digitales solándose denominar a internet como un nuevo territorio, un nuevo espacio al que se le denomina ciberespacio, en

conclusión sería pues, el espacio virtual, no físico, que cuando nos conectamos por medio de un computador lo experimentamos como real (Zamarra, 2008).

En segundo instancia, se debe tener en cuenta, la “materia prima” adquirida en el uso de las fuentes; para el periodismo “tradicional” la información adquiere un valor y es un bien escaso que hay que buscar; en cambio en el periodismo digital hay una abundancia de información que hay que depurar en las fuentes para procesar, contextualizar y clasificar por criterios de prioridad (Bernardo Diaz Nosty, 1998) citado por Meso & Koldo (2002). El buen periodista, no solo se conforma con buscar las fuentes de internet, sino fuera de ellas; publicando el origen de la fuente dándole la posibilidad, de que el cibernauta pueda confrontar la fuente, reconociendo que no hay tiempo ni espacio que lo impida.

Según Casasús (2001), la teoría del periodismo digital se divide en dos corrientes fundamentales: una concerniente a red de internet y sus aportes en generalidades, y la otra desde el análisis de las estructuras de los medios de comunicación que usan soporte telemático.

- La red de internet: se ven los aportes teóricos en el ámbito de la comunicación social, entre ellos Habermas (1979), Castells (1995, 1998, 2001), Mattelard (1993, 1998), Wolton (2000); estos autores citan de una forma parcial los cambios periodísticos a partir de los nuevos medios.
- En la segunda corriente, se destacan los estudios empíricos producto del esfuerzo de síntesis de obras ya publicadas como son los académicos Díaz Noci, Armantia citado por Armañanzas (1996), Bernardo DiazNosty, Ramón Salaverría, citados por Cabrera (2000), tanto desde las corrientes teóricas de la comunicación en el ámbito de nuevos medios como el trabajo empírico del periodismo digital o ciberperiodismo, teniendo en cuenta nuevas metodologías acordes a los estándares de estudio en el periodismo (Groth, 1965), citado por Faus (1966). Entre ellos: *Periodicidad*,

Universalidad, Actualidad y Accesibilidad, características esenciales de la prensa o periódico impreso. En el caso del periodismo digital Casasús (2002) propone que estas características deben confrontarse, con la *continuidad, Integralidad, transtemporalidad e interactividad* y además deben añadirse en el caso del periodismo en Internet la versatilidad y multiplicidad.

Flórez (2011) considera que con la llegada del Internet se transformó vertiginosamente el ejercicio de la actividad periodística de los profesionales en esta rama. Este fenómeno evidente ha contribuido a que los medios masivos de comunicación (radio, prensa, televisión) requieran de un personal que haga uso de las redes sociales, del blog, de los teléfonos móviles y todo tipo de tecnologías emergentes que sirvan para ser cada vez más eficientes y eficaces en el oficio. En el contexto competitivo actual, las empresas informativas necesitan profesionales con capacidades para crear una nueva forma de ver el periodismo, adaptarse y adaptar la empresa a los continuos cambios del entorno, y que, además, estén motivados y motiven a sus equipos.

Martínez (2002), propone un nuevo modelo comunicacional, considerando que el periodismo tradicional es una modalidad de la retorica moderna propia de la historia del periodismo, marcada por la lecto-escritura difundida por la mediación de Gutenberg, en cambio el periodismo digital es potencialmente producto de la unión de la televisión y el computador, soportada en una súper-autopista de la información marcada por el avance de la electrónica, la semiótica de la imagen visual y sonora (Eco, 2007); donde no se conserva la normativa de la teoría de los géneros periodísticos propuesta por Marshall McLuhan (1962) .

- **Enfoques en los Cambios Tecnológicos.**

Entender las nuevas transformaciones que se está gestando al interior del periodismo gracias a las nuevas tecnologías implica indagar sobre los enfoques de estudio asociados al tema, pero también definir el concepto de “cambio

tecnológico” y lo que significa en el ámbito periodístico. Para empezar la discusión y posterior formulación de preguntas de investigación relevantes, conviene precisar que los cambios tecnológicos serán analizados a partir de los desarrollos tecnológicos basados en Internet que algunos llaman Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC).

Haciendo una revisión bibliográfica preliminar sobre el tema escogido, es posible clasificar, al menos cuatro enfoques asociados a la relación entre cambios tecnológicos y cambios profesionales a partir de la incorporación de las NTIC.

a) Cambios tecnológicos y condiciones laborales

Los procesos de transformación en el ejercicio periodístico crean una creciente y acelerada producción de información que nos enmarca en un mar de contenidos, para los cuales tanto individuos emisores como receptores no están preparados, mucho más si son mediados por nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Algunos procedimientos entre ellos: la “digitalización” en las empresas informativas ha traído cambios en el espectro de profesionales vinculados a la labor informativa tanto en la oferta y demanda que desarrollan en los medios tradicionales como Radio, Televisión y Prensa. Investigaciones de Scolari, Micó et al.(2008), así lo demuestran; para otros académicos el impacto está en la convergencia digital, tradicionalmente la prensa estaba alejada del lenguaje de la radio y la televisión (Salaverrría, 2006).

Sin embargo debe ser aclarada, CONVERGENCIA no puede confundirse con el hecho de integrar, en referencia a esta clasificación Ramón Salaverrría la define como un proceso; en cambio la “integración” es el resultado de un procedimiento, que no necesariamente debe terminar en integración de redacciones, pero puede darse una convergencia en cuatro procedimientos, tecnológica, empresarial, profesional y de contenidos (Salaverrría, 2008); algunas disciplinas que se

incluyen en estos procedimientos, tienden a desaparecer profesionales con relación a los roles que desempeñan como pueden ser: controles de radio, los montadores de imagen en los procedimientos de edición en televisión, el documentalista o archivador en prensa, por mencionar algunos; estas disciplinas se ven afectadas por los beneficios que ofrecen las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC).

La aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) ha ocasionado que las empresas informativas, modifiquen los usos y contenidos tradicionales para acercarse y relacionarse de otras maneras a sus audiencias. Hoy por hoy las NTIC han posibilitado la generación de un nuevo tipo de sociedad con base en el conocimiento y el flujo de la información, las agencias de información y de noticias no se han quedado atrás para participar de este nuevo esquema de sociedad que configura un nuevo modo de hacer noticia, más allá de lo local y que permite acceder en tiempo real a diversas fuentes de información de todo el mundo.

Muchos periodistas han aprovechado estos nuevos avances y estas nuevas formas de vida social teniendo en cuenta las nuevas lógicas de consumo y de relaciones que se generan con el uso de las NTIC, y de esta manera han propiciado nuevos acercamientos entre sus audiencias, buscando optimizar la interactividad y el flujo de información que permita mayor profundidad y complementariedad entre las noticias que se producen.

Aun así existen académicos de la comunicación preocupados por la manera en que se están usando las NTIC en algunos escenarios del periodismo, pues a pesar de las nuevas oportunidades y escenarios que se están abriendo gracias al uso de las NTIC, la calidad del periodismo en ocasiones está siendo amenazada, cuando algunos periodistas optan por encerrarse en sus oficinas y alimentarse de la información que reciben desde el ciberespacio para luego reacomodarla y retransmitirla, lo cual develan que muchos han renunciado a la idea de constatar

las fuentes, de tener fuentes directas y un acercamiento presencial con la realidad que investigan, transformándose así en simple facilitadores de información y renunciado a producir noticias de primera mano, además de negarse a ir al trabajo de campo a confrontar las fuentes y la realidad que analizan. Frente a esto, López (2002) reconoce que los centros de educación superior juegan un papel importante en la tarea de preparar periodistas, que hagan aprovechar las bondades que brindan las NTIC para hacer periodismo de calidad, así mismo considera que las universidades han venido ganando terreno en la idea de asumir el desafío de preparar comunicadores sociales y periodistas con una oferta de calidad que tenga en cuenta los nuevos perfiles profesionales y las demandas del mercado, pero sugiere que no se debe perder de vista lo más importante: *“formar profesionales que sepan pensar, que conozcan y entiendan el funcionamiento de la sociedad, que sepan investigar y que tengan preparación para trabajar en la sociedad en que viven”* (López 2002, p.1).

Sin duda alguna los cambios tecnológicos son necesarios para el progreso de una sociedad, pues existe una estrecha relación entre información, conocimiento y desarrollo. Por ello, es necesario que el periodista como comunicador, emisor y receptor de información use todas las herramientas posibles para hacer su labor de una manera seria, responsable y fundamentada, y para que esos cambios que se generan con el uso de las NTIC no empobrezcan la calidad de su labor, sino que más bien la enriquezca para desarrollar un oficio con rigurosidad, confiabilidad en sus fuentes y profundidad en los análisis.

En este aspecto hay preocupación por entender hasta qué punto el modo en que se incorporan estas nuevas tecnologías dentro de las empresas informativas está generando mejoramiento o deterioro en las condiciones laborales y profesionales de los periodistas (Suarez et al., 2009; Bencomo, 2004). Algunas formas de incorporación en nuevos recursos tecnológicos, ha generado despidos y sobrecarga laboral en otros, especial en los periodistas que manejan estos recursos por razones de “optimización”.

No se sabe hasta qué punto dicha optimización sujeta a estos cambios tecnológicos implica mayor deterioro en el modo de comprender la profesión y dimensionar la noticia. Lo cierto es que la calidad profesional sigue amenazada no solo por el mal uso de las tecnologías en algunos contextos, sino también por aspectos inherentes a las condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo precisamente por la sobrecarga laboral, la pérdida del poder crítico y la capacidad de autorregulación de la profesión (Arroyave & Blanco, 2005).

b) Cambios tecnológicos y modelo comunicacional:

Sin duda alguna el constante y acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías, determina también la celeridad en la transformación de los modelos comunicativos, que implica no solo un cambio en el modo de entender la profesión desde el clásico trió (investigación, producción y difusión) sino también cambios en el modo de operar y crear (redacción y edición) teniendo en cuenta las nuevas plataformas digitales (Molera, 2008; Díaz y Salaverría, 2003).

Frente a esto, algunos plantean que las nuevas tecnologías bien usadas por los periodistas deben posibilitar nuevos modelos de comunicación periodística que se caractericen por ser dinámicos, claros, sencillos y con capacidad para cambiar el uso común de la información y la relación entre los periodistas y sus audiencias (López, 2005).

De otro lado, se plantea la necesidad de usar los adelantos tecnológicos para generar procesos de comunicación horizontal de doble vía, en donde los periodistas deben ser al mismo tiempo emisores y receptores de información que respondan a las nuevas demandas de participación e interacción que tienen muchas audiencias, entre ellas los públicos juveniles que tienen otras necesidades informativas y noticiosas distintas de las viejas generaciones (Tuñez, Martínez y Abejon, 2010).

En este orden de ideas, los cambios en el modelo comunicacional desde el uso de las nuevas tecnologías implica para los periodistas mayores oportunidades de visibilizar la noticia y mayor acceso a diversas fuentes de información que pueden redundar en el fortalecimiento del periodismo investigativo (García de Torres, 2011; Díaz y Salaverría, 2003), como también puede abrir nuevas opciones para la creación de portales de ciberperiodismo independiente en el que los periodistas pueden difundir información alejada de la institucionalidad laboral que ocasiones los autocensura.

De ser así, estas nuevas modalidades de periodismo pueden fortalecer mejor la identidad política y la libertad de expresión de los periodistas que tanto en el contexto virtual como en el presencial todavía está en maduración (Negroponte, 1995; Pérez Ariza, 2006).

De la misma manera el modelo de inserción de NTIC en el ejercicio periodístico es según Obregón et al.(2009) difusionista por centrarse en el individuo, visto como aquel que emplea la tecnología con el fin de suplir la necesidad de fuentes al momento de producir. Sin embargo es de aclarar que las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la práctica periodística apunta a un modelo alternativo y participativo que busca enriquecer el conocimiento entre el trabajo colaborativo de todos, reconociendo el uso de NTIC, como un elemento facilitador de gestión de conocimiento (Obregón; Arroyave; Barrios. 2009).

c) Cambios tecnológicos y desafíos éticos:

Los estudios develan una preocupación legítima por la ética buscando que haya regulación y normas claras frente al deber ser de la profesión, a partir de los desafíos éticos que genera el ciberespacio y el trabajo en entornos digitales.

Hay un gran interés por formarse en el manejo de competencias tecnológicas y profesionales a la par de competencias éticas que sirvan de fundamento a la identidad profesional. De esta manera los periodistas deberían ser capaces de

depurar qué es noticia y que no, a partir de criterios éticos que apunten a un compromiso con la veracidad, la reivindicación del estatus profesional, la libertad ideológica y el tratamiento informativo serio y eficaz (Tunez, et al., 2010; Suárez, 2009).

Los desafíos éticos en el ámbito periodístico tiene que ver con:

- Definición de estándares mínimos y nuevos principios deontológicos que no vayan en detrimento de la calidad periodística, pues el periodista no puede perder su rol de investigador, entrevistador y redactor (Salaverria, 2008).
- La ética tiene que ver con la responsabilidad social y con la idea de identificar los valores periodísticos universalmente reconocidos como aspiraciones en pro de la dignidad de la persona humana y de la sociedad democrática (Burset, 2003)
- La ética tiene que ver con entender los medios tradicionales y digitales como fuentes de conocimientos y recursos para un desarrollo que potencialice la ciudadanía, la construcción del ser social y de la paz (Naji, 2009).
- La ética tiene que ver con entender la información como propiedad colectiva y bien público (Dallal, 2003)

Igualmente en la construcción de la noticia son muchos los autores que tocan el tema de la ética, entre ellos Miguel Rodrigo Alsina (1989), quien plantea que los Mass Media son los que construyen la realidad social, bajo condiciones; o supeditadas a la interacción con la audiencia, por un lado, la construcción social, no se da por el hecho del ejercicio periodístico, más bien se da un proceso de institucionalización de las prácticas y los roles.

En este sentido las NTIC han ampliado la brecha axiológica entre las audiencias y los emisores de información, dando prioridad a la inmediatez, preferencia en la rectificación, dada algunas veces por derechos de petición, sin analizar el impacto en daños y perjuicios al buen nombre. Sin embargo desde la participación, los

usos de las NTIC han jugado un papel democrático, convirtiéndose en mediadores ciudadanos y alternativos de las comunidades menos favorecidas un ejemplo es la red OURMedia/NUESTROSMedios; quien facilita el intercambio y favorece el empoderamiento por el medio alternativo; según Gumucio, el periodista debe cumplir un amplio rango de habilidades para las cuales no ha sido entrenado entre ellas “comprender que la tecnología y los medios son sólo una herramienta de apoyo para el desarrollo, no un fin en sí mismo; adquirir una sensibilidad cultural especialmente para abordar problemas de diferentes grupos humanos”. (Gumucio, 2003)

d) Cambios tecnológicos y calidad periodística:

En este enfoque, existen grandes preocupaciones en el modo de concebir, generar y transmitir la noticia, al igual que el modo de entender el quehacer profesional de los periodistas, a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en sus labores. Incluso algunos alertan sobre la configuración de un periodismo nuevo que no hace preguntas ni dialoga con las fuentes (Vega, 2008; De Pablos, 2006).

Por otro lado, Castellano (2011) considera que *“los medios convencionales hablan de actualidad, pero los medios digitales dan paso a la instantaneidad”*. Dicha instantaneidad, debe ser utilizada de manera seria, responsable y fundamentada. El contraste entre el periodista tradicional y el digital se encuentra en la calidad de producción, que va desde el contenido considerado noticia, hasta los valores agregados en la adquisición de fuentes. Según Txema Alegre, director y fundador de Vilaweb, *“por un lado el periodista tradicional filtra los contenidos noticiosos y los comunica de forma clara; con relación al ciberperiodista, éste se obliga a informar con mayor criterio editorial soportado en las NTIC,s y rectitud en principios ontológicos y valores”*.

De allí el interés en observar como esos cambios tecnológicos cambian la profesión y la metodología para ejercerla teniendo en cuenta el proceso de

recolección de datos, el contacto con las fuentes y las dinámicas de investigación periodística (Mogollón, 2006).

4.2.3. Tendencias en las Competencias

El concepto de competencia fue utilizado por primera vez por David McClelland en 1973, un reconocido profesor de la Universidad de Harvard, quien diseñó una serie de características de niveles de rendimiento, con el objetivo de medir la capacidad en el desarrollo laboral (Rodríguez, 1999), sin embargo desde la década de los ochenta se viene utilizando el concepto de competencias en el contexto educativo (Díaz Barriga, 2006) con el fin de desarrollar estrategias pedagógicas que permitan un aprendizaje significativo.

Precisando una vez más, desde los orígenes epistemológicos la palabra competencia proviene del origen *competere* que significa = “*ir al encuentro, una cosa de otra, responder, estar de acuerdo con, corresponder, ser adecuado, pertenecer, pedir en competencia en el sentido concurrente.*” (Corominas y Pascual, 1989)

Adentrarnos al concepto de competencias, nos permite reconocer que existe una ardua labor y compleja desde rasgos de la personalidad hasta conocimientos técnicos (Barraza y Lasaga, 2009).

En el ámbito académico son muchos los estudios que han tocado el tema de competencias con hallazgos importantes, destacamos;

- Rey (1996), quien las clasifica en operaciones, estrategias y decisiones que se realizan en respuesta a una aleatoriedad de situaciones y de pequeños problemas.
- Greenspan y Driscoll (1997), considera que las competencias giran en torno a las relaciones interpersonales.
- Bunk (1994) y Lévy-Leboyer (2001), la competencia está ligada a la actividad profesional, asociado “*al análisis de las actividades profesionales y al*

inventario de lo que es necesario para cumplir perfectamente las misiones que aquéllas implican”.

- Yániz (2008), la competencia es vista desde el perfil profesional y es evaluada a través de procedimientos metodológicos.

Con base en los marcos de las observaciones anteriores, se suman las ideas de Tobón (2004), por considerar la COMPETENCIA como un proceso del “*accionar, actuar y el crear*”, cuyo objetivo es dar soluciones a las necesidades de los individuos y comunidades, con autonomía de ideas, recepción crítica, innovación y liderazgo de todos; esto significa que se requiere individuos capaces de orientar, responder, con criterios competitivos, desde el operar, el ejercer y el implantar. Para otros autores como Paipa & Parra, la competencia se manifiesta en tres momentos, por un lado el manejo del conocimiento; este conocimiento debe llevarnos a adquirir una habilidad o habilidades y por último se debe manifestar en situaciones concretas (Paipa & Parra, 2010).

En el orden de las ideas anteriores, se considera que el manejo de habilidades en una situación en concreto, es producto del ejercicio o la praxis del conocimiento, y si adquieres un mejor desempeño, en efecto aumentan las competencias alrededor del dominio conceptual. Este hallazgo coincide con la fundamentación desde los pilares de la educación recogidos en el informe Delors (1996) para la Unesco, donde se argumenta que la base del individuo está en el saber de cuatro pilares fundamentales: *Saber-Conocer, Saber-Hacer, Saber-Convivir y Saber-Ser*; Según el informe de la Unesco de 1996, estas cuatro dimensiones apuntan a las que tienen que ver con conocimientos de fundamentación (Saber Conocer), las competencias técnicas y tecnológicas relacionadas con la habilidad y la aptitud (Saber hacer), las competencias que tienen que ver con actitudes personales (Saber Ser) y por último la capacidad de relacionarse con los demás Con-vivir (Saber Convivir).

Cuando las competencias se aplican al mundo profesional, éstas adquieren unas determinadas peculiaridades que Barraycoa&Lasaga (2009), considera al destacar:

- Toda competencia se somete a la producción y calidad de la empresa.
- En el ámbito universitario la formación en competencias depende en buena medida del rigor en los procesos formativos.
- Los procesos de restructuración, organización y ascenso de las empresas, está determinado en gran manera por los niveles de competencias de su personal.

- **Clasificación de las competencias desde la comunicación y áreas afines:**

En un documento titulado el Libro Blanco de ANECA (2005), basado en los planteamientos del Espacio Europeo de Educación Superior EEES; se recogieron los aportes más significativos alrededor de los perfiles profesionales y laborales en el área de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas de las distintas universidades tanto privadas y públicas en España. Este documento sintetiza las competencias, que deben desarrollar dichas universidades en los estudiantes de comunicación y áreas a fin; en cuatro dimensiones:

- *Competencias disciplinarias (saber)*
- *Competencias profesionales (del saber hacer)*
- *Competencias académicas*
- *Competencias específicas.*

Esta clasificación tiene antecedentes entre el 2001 y 2002, en donde ciento cinco universidades de 16 países, decidieron estandarizar unos objetivos de transparencia, comparación e incentivar a las universidades para que implementasen estrategias dentro de los procesos de enseñanza-aprendizaje que respondiera a las demandas del sector productivo; es así como nace el proyecto

Tunnig, donde inicialmente clasifican las competencias en transversales o genéricas, y éstas a su vez se dividen en instrumentales, interpersonales y sistémicas; por otra parte las específicas se subdividen en académicas, disciplinares y profesionales, teniendo en cuenta que lo académico se refiere al manejo del *saber* teórico, disciplinares desde el *hacer* y profesionales desde la combinación en el manejo teórico y práctico es decir *saber-hacer*.

Otros autores como Spencer y Spencer clasifican las competencias con base a evaluaciones de desempeño que parten del rendimiento o habilidades que todos deben tener al momento de desempeñarse mínimamente y las “diferenciales”, que responde a objetivos planteados con un mayor alcance, o que resulta del valor agregado que desempeña la persona en la organización.

Desde un enfoque conductista, se propone una clasificación en relación al concepto desde lo laboral (Dalziel, Cubeiro, Fernández, 1996); estas competencias son consideradas como un conjunto de destrezas habilidades y conocimientos con características conductuales, que orientadas desde el desempeño laboral, presentan un rendimiento excepcional que está directamente vinculada a la conducta del empleado.

Una de las necesidades de competencias conductistas son las “idiomáticas”, a las cuales se suman las nuevas necesidades de competencias “tecnológicas” para trabajar en la compleja sociedad actual, mediada por las redes informáticas que plantean retos a los comunicadores de esta era digital (López, 2005; Díaz, 2010); sin embargo, desde las competencias profesionales existe un interés creciente en no perder la seriedad en el análisis periodístico y el acceso a fuentes primarias, evitando reducir la profesión a simple retransmisión de noticias o información sacada de Internet.

En ese sentido, las competencias tecnológicas para que sean medios y no fines, deben estar supeditadas a las competencias profesionales como factores mutuamente incluyentes, en aras de responder a las nuevas formas de acceso

informativo y a las nuevas posibilidades de convergencia que no están presentes en ninguno de los medios tradicionales, siendo estos: La inmediatez, multimedia, personalización, interactividad, narrativa hipertextual, capacidad documental y virtualidad (Túnez et al, 2010; Tejedor, 2006; Jaramillo, 2005).

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se hace necesario que el periodista además de investigar, redactar, codificar la información a través de los recursos de la red y actualización constante, debe adquirir competencias técnicas en el diseño en web, manejo de multifuentes, herramientas de interactividad, aplicaciones multimediales, que le permitan no depender de profesionales propios de áreas como las ingenierías de sistemas, el diseño gráfico y el manejo de seguridad básica.

Como resultado Canavilhas (2008), considera que el periodista debe estar capacitado para ser un periodista “multitarea y multiplataforma” es decir, el hecho de escribir en la web, debe llevarlo a utilizar diferentes herramientas que le permita soportar aún mejor la información como editar videos, etiquetar fotografías; hacer uso de la hipermultimedia; y debido a los diferentes dispositivos de lectura o de reproducción, es necesario hacer uso de la convergencia en cuanto al uso de dispositivos móviles que se soportan en diferentes plataformas como algunos sistemas operativos propios de los fabricantes, Ipod, smarphone, tablet, etc.

De igual forma Salaverría (2008), plantea que además de las funciones básicas del periodismo se debe partir de unos principios deontológicos, que son fundamentales a la profesión periodística; pero que además este periodista debe adquirir la competencia en: *“Sentido de la narrativa multimedia y de la hipertextualidad, disposición a interactuar con el público, especialización en el uso de buscadores y otros servicios de internet y, finalmente, conocimientos sobre los dispositivos digitales de recepción y, en particular, sobre los móviles.”*

Salaverría (2008).

Es decir, escribir en una codificación soportada en la *multimedialidad*, *hipertextualidad* e *interactividad*, características fundamentales del Ciberperiodismo, y que además debe tener la habilidad de hacer uso de los motores de búsqueda y demás servicios adicionales de internet permitiendo optimizar la calidad de la información y llegando a una mayor ciberaudiencia.

En el mismo orden de ideas, Roberto Igarza plantea que las competencias debe estar encaminada a la “*Polivalencia, flexibilidad, transmediatización, innovación-creatividad, y emprendedorismo*” (capacidad para desarrollarse de manera independiente y de gestionar sus propios contenidos)

En este contexto Igarza, resalta la “Gestión”, como la capacidad que debe estar en todos los sentidos, áreas y disciplinas, por pertenecer a un mercado hipercompetitivo, dado que independientemente de la naturaleza del medio se debe ofrecer información y entretenimiento.

5. OBJETIVOS

5.1. Objetivo General

Analizar las percepciones que tienen los periodistas sobre su profesión a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en las labores periodísticas que realizan en Montería, Cartagena y Barranquilla.

5.2. Objetivos específicos:

- Identificar las ventajas y desventajas que perciben los periodistas en sus labores profesionales a partir de la inserción de las nuevas tecnologías en sus diversas formas de aplicación.
- Establecer las nuevas competencias laborales asociadas al uso de las nuevas tecnologías que demandan las empresas informativas, a partir de las percepciones de los periodistas de la región.

6. METODOLOGÍA

La presente investigación es de naturaleza cualitativa de tipo descriptivo; la función de esta modalidad de investigación es describir en profundidad el contexto y las prácticas en el que tiene lugar el fenómeno.

Como no existe ninguna información oficial en cuanto al número de periodistas en la Región Caribe, se realizó un muestreo no probabilístico por conveniencia; seleccionándose sesenta y cuatro periodistas, pertenecientes a los medios de radio, televisión y prensa que de manera voluntaria decidieron participar en el logro de los objetivos propuestos.

Para los objetivos específicos, relacionados con: 1. Las ventajas y desventajas que perciben los periodistas en la forma en que han incorporado las nuevas tecnologías y 2. Concerniente a las nuevas competencias laborales asociadas al uso de las nuevas tecnologías, se aplicó una guía de entrevista semi estructurada. Como principal instrumento de recolección de información, que para Hernández, Fernández y Baptista (2003) se basa en una guía de asuntos o preguntas cerradas y abiertas; en esta investigación las preguntas cerradas fueron dirigidas a la obtención de la información demográfica y las preguntas abiertas con relación a la percepción.

Este instrumento se aplicó a sesenta y cuatro (64) profesionales entre periodistas y jefes de medios voluntarios que laboran activamente en estas ciudades. De éstos treinta (30) laboran en Montería, veinticuatro (24) en Cartagena y diez (10) en Barranquilla. Respondiendo a preguntas diseñadas por la unidad investigativa, sobre las valoraciones percibidas en cuanto a las NTIC, los nuevos perfiles y conocimientos que están requiriendo las empresas para contratar periodistas.

6.1. MANEJO EN EL PROCEDIMIENTO DE LA INFORMACIÓN:

Para la recolección de la información en estas tres ciudades Montería, Cartagena y Barranquilla, los sujetos participantes debían cumplir con una serie de criterios fijados para este estudio, entre éstos:

- Periodistas en ejercicio vinculados formalmente a un medio de comunicación.
- Periodistas con mínimo dos años de experiencia laborando en estas ciudades, produciendo noticias ya sea a nivel local, regional, nacional o internacional.

Paso 1: En la primera jornada de trabajo con los periodistas. Los participantes fueron seleccionados desde sus puestos de trabajo en los medios de comunicación de las tres ciudades.

A los periodistas se les aplicó una entrevista semi-estructurada (ver anexo A) en los principales medios de comunicación de estas tres ciudades, los periodistas se abordaron desde su lugar de trabajo donde disponían del espacio y tranquilidad para responder las preguntas.

Paso 2: En esta segunda etapa, la información fue tratada conservando la naturaleza de la investigación, cuyo carácter es cualitativo de tipo descriptivo, en donde las respuestas fueron copiadas textualmente en una malla, diseñada en un procesador de texto (Word) y organizada por el número de testimonios que respondieron a los interrogantes en las tres ciudades.

Dado el carácter flexible de la naturaleza de la investigación cualitativa (Polit & Hungler, 2000), son varios los enfoques que se admitirían en las indagaciones, no obstante en el tratamiento de la información se describen las principales variables

en términos de ventajas y desventajas percibidas por el uso de NTIC, y cuáles han sido las competencias percibidas con relación a lo tecnológico y ético, teniendo en cuenta aspectos desde la fenomenología (Van Manen, 2003) relacionado con el contexto de los sujetos en estas ciudades; además es de enfatizar que desde el enfoque fenomenológico Van Manen plantea *“el método de la fenomenología es que no hay método”* (Van Manen, 2003: 48). En consecuencia *“no es un método en el sentido de un conjunto de procedimientos de investigación que se pueden dominar de un modo relativamente rápido”* (Ibíd.) citado por Rodríguez (1997).

7. RESULTADOS ANALIZADOS

Los hallazgos que se presentaran a continuación responden a dos temas centrales: Las ventajas y desventajas que están teniendo los periodistas a partir de estas nuevas tendencias tecnológicas, y las nuevas competencias que están demandando las empresas informativas de estas tres ciudades del Caribe Colombiano.

7.1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA:

Las entrevistas aplicadas develó en cuanto al género, una mayor presencia de periodistas de género masculino (64.7%), que periodistas de género femenino (35.3%). Aunque los hombres abanderan la estadística, también es cierto que la participación de las mujeres bajo el rol de periodista dentro de las empresas informativas es bastante significativa, lo cual demuestra que poco a poco las mujeres han venido ganando espacios de liderazgo en este terreno periodístico que históricamente ha sido manejado por los hombres.

Ambos grupos contaban en su gran mayoría con periodistas que tienen título profesional (73.5%), pero también había grupos minoritarios sin formación académica en periodismo (12.7%) y otros que sólo disponían de formación técnica (3.9%) y tecnológica (9.8%).

Al valorar la categoría Edad, se encontró que los periodistas de estos medios en su gran mayoría son jóvenes entre los 20 a 26 años (30.4%), otros son adultos jóvenes entre los 27 a 33 años (17.6%) y entre los 34 a 40 años (21.6%); el resto correspondió a adultos maduros o intermedios entre los 41 a 47 años (21.6%), y en porcentajes bajos están los de 48 a 54 años (4.9%) y los superiores a 54 años de edad (3.9%), que no alcanzaban el rango de adulto mayor.

Es evidente que en las empresas informativas de estas tres ciudades ha venido creciendo el interés de incorporar a la nueva generación de jóvenes periodistas,

de hecho casi la mitad de los periodistas participantes de este estudio son jóvenes menores de 33 años y más de la cuarta parte no superan los 26 años. En este rango juvenil la gran mayoría son mujeres, a diferencia de los periodistas mayores de 40 años que cerca del 90% son hombres, aun así a nivel general se aprecia una buena convergencia generacional que puede enriquecer los modos de conocer y hacer periodismo en el contexto Caribe, pero también la nueva generación puede fortalecer mejor su trabajo informativo y noticioso aprovechando la experiencia de los expertos, y esto a su vez pueden enriquecer su tradición periodística aprendiendo de las habilidades tecno digitales de estos periodistas nativos, en aras de generar innovaciones y nuevas estrategias de búsqueda, codificación, producción y emisión noticiosa con mayor impacto y cobertura periodística.

7.2. VENTAJAS Y DESVENTAJAS QUE PRESENTAN LOS PERIODISTAS CON LA INSERCIÓN DE LAS TIC EN SUS LABORES

7.2.1 Ventajas

Los periodistas participantes de la investigación miran los cambios positivos basándose en las ventajas que ha generado el uso de las nuevas tecnologías en sus quehaceres profesionales. De esta manera sobresalen diferentes tipos de beneficios.

- **Inmediatez**

“Las nuevas tecnologías me permite obtener información en tiempo real y totalmente actualizada; también puedo contar sucesos de manera rápida y recibir al instante retroalimentación”

Nº9 Periodista de radio, Barranquilla.

La inmediatez la relacionan con la forma instantánea en que llega la información, la manera rápida de llevar a cabo el proceso de obtención y divulgación de la

noticia, las grandes posibilidades de interacción mediante las redes sociales, los programas de chat y video instantáneo que logran según ellos una comunicación sin barreras y más cercana con colegas, audiencias, amigos y familiares en todo el mundo.

En lo que compete al trabajo de campo, la inmediatez es relacionada con el beneficio de obtener mayor cobertura periodística, pues reconocen que hoy es posible desde cualquier lugar del país o el mundo transmitir en directo un hecho noticioso a través de celulares, redes sociales y portales de internet, o bien usando servicios de streaming que les facilita la difusión de audio y video en tiempo real.

- **Acceso a la información**

Antes el proceso informativo se desarrollaba de forma lenta y con muchas limitaciones que impedían la masificación de la noticia, en la actualidad los periodistas que usan las nuevas tecnologías han sabido aprovechar las ventajas de acceso a la información más allá de lo presencial y lo local.

Precisamente los periodistas intervenidos perciben cambios positivos en este punto gracias a las innovaciones tecnológicas existentes. El siguiente testimonio de un periodista de medio impreso recoge algo de esas percepciones:

“Antes había que tirar una línea, poner una consola, esperar tres días para dar una noticia, ahora con la Web 2.0 originas una información desde donde tu estas, puedes acceder a la información sin moverte del lugar de trabajo. Eso es un adelanto y un beneficio que se ve reflejado en el rol y ejercicio periodístico”.

Nº27 Periodista de prensa, Barranquilla.

Cabe agregar otras ventajas centrales que mencionaron sobre acceso informativo:

- Acceso a las bibliotecas y fuentes de información periodística en diferentes idiomas y lugares por medio de Internet, que hizo realidad lo que Marshall McLuhan denominó “la aldea global”.
- Facilidad de interacción con otras fuentes.
- Facilitación de las labores de redacción y edición de contenidos.

- **Ampliación de las oportunidades laborales.**

“El uso de las tecnologías está abriendo el espectro de acción de nuestra profesión en nuestras ciudades y a nivel global”.

N° 29 Periodista de prensa, Cartagena

“...Las nuevas tecnologías han ayudado a optimizar la planta de personal, pues ahora una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de periodistas”.

N° 48 Periodista de Prensa, Montería

Los periodistas intervenidos, además de mencionar reiteradamente cómo el uso de las nuevas tecnologías ha facilitado la labor periodística, resaltaron que en estos últimos años las empresas informativas locales han modernizado la plataforma de comunicación para un mejor desempeño y cobertura. Por supuesto, esto ha abierto nuevas ofertas laborales para los periodistas, en especial para aquellos con manejo de recursos tecnológicos digitales y habilidades para la integración tecnológica mientras algunas empresas informativas completan la transición de lo análogo a lo digital.

En el mismo orden de ideas, los directores de los jefes de medios también señalaron que existen diversos casos de periodistas con experiencia en el uso de las nuevas tecnologías que han logrado un mejor posicionamiento y una mejor

remuneración en sus instituciones, otros han podido ascender a nuevos cargos como los de editor Web y relacionista laboral, que se encargan de conseguir nuevos negocios por medio de las redes de información.

Preocupa que algunos de estos directores de medios definan la optimización como un simple proceso de reducción de costos de contratación, ya que según ellos, en años anteriores había que contratar más personal de apoyo logístico para el desarrollo de una noticia, lo que implicaba un gasto elevado en la remuneración salarial debido a la cantidad de personas que trabajaban en la producción informativa.

Este concepto de optimización es desconocedor de lo que han demostrado los estudios de Bencomo (2004), Suarez et al. (2009) y Arroyave & Blanco (2005) en materia de calidad periodística, recalcando que la calidad se encuentra amenazada por aspectos inherentes a las malas condiciones laborales en que se encuentran periodistas de diferentes partes del mundo precisamente por la sobrecarga laboral, el descontento con los salarios, los recursos limitados, la carencia de oportunidades y la temporalidad en los empleos entre otros factores, que influyen injustificadamente en la pérdida de la independencia, el poder crítico y la auto regulación de la profesión.

- **Retroalimentación**

“Le beneficia en el aspecto de poder contar sucesos de una manera rápida y puedes ver la respuesta de tus lectores, hay una retroalimentación.”

N° 20 Periodista de prensa, Cartagena

“La comunicación en doble vía, nos da la posibilidad de saber si somos buenos o no.”

N°63 Periodista de televisión, Montería.

La retroalimentación es un valor agregado que trae consigo las nuevas TICs en la labor del periodista, gracias a ellas la información transmitida deja de ser unidireccional y en efecto se obtienen respuestas inmediatas provenientes tanto de colegas como de receptores, lo cual genera un proceso de evaluación continuo, que exige a este profesional mayor disciplina en su oficio y responsabilidad en lo que comunica. Esta comunicación de ida y vuelta favorece la praxis del periodismo en la medida en que la construcción del contenido informativo se da casi que de forma colectiva, dado que cobra protagonismo la participación activa de los diferentes actores del hecho noticioso; dicho de otra manera entra a jugar la interacción, tal como lo señala un periodista de la ciudad de Cartagena *“Estas (NTICs) abren la posibilidad de acceder a nuevas fuentes de información y de interactuar más fácilmente con los espectadores.”*(Nº8 Periodista de radio)

Cuando en el quehacer periodístico existe la reciprocidad, el emisor está en la obligación de no faltar a la imparcialidad y objetividad de los acontecimientos, quien a su vez debe asumir una mirada reflexiva de su labor como comunicador y de su crecimiento profesional. De esta manera aumenta la credibilidad para el espectador y garantiza en un alto grado la obtención de una información confiable.

- **Omnipresencia**

“...Sin ella el periodismo no hubiese tenido la condición de la ubicuidad (Estar en todas partes) y transmitir o comunicarse sin barreras.”

Nº1 Periodista de radio. Cartagena

“Poder estar sin necesidad de llegar directamente...”

Nº 48 Periodista de prensa, Montería.

Una de las ventajas más sobresalientes que emerge con las nuevas TICs es la omnipresencia de la información. El ser omnipresente ha permitido romper con la barrera de tiempo y espacio; con el uso de dispositivos móviles se puede tener

acceso de primera mano de los sucesos y acontecimientos que generan noticia a pesar de las distancias, y se realiza en tiempo real.

De igual manera sucede al momento de hacer la transmisión, ahora la información tiene nuevos alcance en su divulgación y posibilita que ésta llegue a otros lugares, y se efectúa de forma inmediata. Esta característica potencia la eficiencia del quehacer periodístico por la accesibilidad lograda gracias a una mayor cobertura de las tecnologías de la información y comunicación existente en la actualidad.

Internet es el medio que ha revolucionado el acceso a la información, y ha contribuido a que ahora la tendencia sea encontrar lo local desde un ámbito global, de ahí que se hable sobre lo Glocal (Varis, 1996; López, 2000), concepto que queda de manifiesto tanto implícita como explícitamente en los testimonios de periodistas recogidos en la región Caribe colombiana, el siguiente es uno de ellos:

“El periodista actual debe Manejar la globalización en las comunicaciones y tener habilidad y rapidez generalizada. Capaz de informar en un discurso universal.”

Nº3 Periodista de Radio, Cartagena

“En la actualidad global y local constituyen las dos caras de una misma moneda, laque simboliza el hipersector de la comunicación. Y, mientras avanza la globalización o se multiplican las redes que facilitan la intercomunicación en tiempo real, el valor social de la información de proximidad también aumenta.”(López, 2000).

La anterior afirmación de Xosé López García evidencia claramente que lo global y lo local (Glocal) surge por la característica omnipresente que ha asumido el proceso informacional y comunicacional, que a su vez es regulado por el creciente uso las NTICs en el ejercicio periodístico.

- **Multidisciplinariedad.**

“Una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de periodistas.”

N° 31 Periodista de Prensa, Cartagena.

En la actualidad el ritmo laboral está supeditado por la competitividad, y ese es el reto que hoy día debe ser asumido por los periodistas en su campo de acción, que es moderado desde hace algún tiempo por el aumento de las nuevas TICs, las cuales demandan una formación integral en este profesional; dicha formación debe responder principalmente a las exigencias del trabajo de campo, y dichas exigencias están sujetas a la capacidad multidisciplinar que requiere el individuo.

La multidisciplinariedad es una característica que se ha incorporado al oficio periodístico mediante el uso de las nuevas herramientas tecnológicas, permitiéndole a los sujetos la capacidad de desempeñarse en diferentes roles de la profesión, precisamente porque este tipo de tecnologías facilitaron la recopilación, el tratamiento y la transmisión de la información. En estos tiempos el periodista competente es aquel que cuenta con esa condición (multidisciplinar). En el mismo orden de ideas resulta oportuno mencionar un testimonio que ejemplifica lo expuesto anteriormente:

“Sin las nuevas tecnologías sería imposible ser inmediato para informar, así que se ha mejorado el trabajo y ha facilitado que los periodistas puedan con más tareas en menos tiempo.”

N°40 Periodista de prensa, Montería.

Este testimonio demuestra como el periodista reconoce la versatilidad adquirida gracias al uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, y quien también señala algunos beneficios significativos en el desarrollo de la

noticia, que repercute enormemente en el desenvolvimiento general de la labor periodística.

7.2.2 Desventajas

- Dentro de lo negativo que ha sufrido la profesión periodística en estas tres ciudades, los participantes del estudio coinciden en que la baja calidad periodística que existe en ciertas empresas informativas locales con relación a las TICs, no es por causa de los medios, sino por los fines y la forma en que se usan para ciertas actividades que contradicen los principios del periodismo. De esta manera resaltan cinco peligros que afectan la calidad periodística desde el uso inapropiado de las TICs en sus ciudades: Perder contacto directo con la realidad y las fuentes; Reducir la profesión a procedimientos de tecnificación de la información; Desistir del valioso ejercicio de constatar las fuentes; Limitar el ejercicio periodístico, sólo desde competencias tecnológicas, dejando de lado las competencias profesionales y éticas; y reducción de la investigación rigurosa en la ejercicio periodístico.

- **Perder contacto directo con la realidad y las fuentes**

En este aspecto, los participantes mencionaron que les preocupa que muchos periodistas hagan de las tecnologías el centro de su dinámica profesional, perdiendo así cercanía con la realidad. Esto se ve explícito en uno de los comentarios que expresó un periodista de medio radial:

“Los buscadores se han convertido para algunos periodistas en la única fuente de información, ya muchos no acceden a fuentes primarias”.

Nº8 periodista de radio, Cartagena

Dicha opinión tiene relación con las inquietudes De Pablos (2006) sobre el mal uso de las TIC, según él está proliferando un periodismo nuevo que no hace preguntas

ni dialoga con las fuentes, tal parece que algunas cosas se hacen de forma facilista y desde el encierro laboral.

- **Reducir la profesión a procedimientos de tecnificación de la información**

“El periodista ya no sale a buscar noticias, todo lo hacen manejando las noticias del internet y se vuelven más corta y pega”

Nº4 Periodista de Radio, Cartagena

Los periodistas entrevistados están preocupados porque al dejar el trabajo de campo muchos colegas están perdiendo la capacidad de analizar, investigar, confrontar, profundizar y contextualizar la noticia. El periodista sobrecargado de trabajo, y que acostumbra a ganarse la vida fácil, quiere salir de su compromiso laboral de espaldas al compromiso social, y así mismo olvidando los principios para producir un periodismo de calidad.

El trabajo periodístico involuciona cuando los imaginarios sociales o el mismo periodista confunden la profesión con el simple ejercicio de copiar, pegar y retransmitir noticia o información.

- **Disminución de verificación de fuentes**

Dos de las cosas valiosas que caracteriza al periodismo es la duda y la búsqueda insaciable de la verdad. Ambas cosas se pierden cuando el periodista erróneamente da por hecho que todo lo que encuentra en la redes de información es verdadero. Cuando lo hace renuncia irresponsablemente a la tarea de constatar las fuentes.

Mencionan además, que se está perdiendo la privacidad, la relación con el entorno familiar, y el periodista se vuelve exageradamente introvertido al dedicar cientos

de horas a un aparato tecnológico que los aleja del mundo real y los transforma en seres impersonales.

Los periodistas entrevistados mencionan algunos aspectos para superar la impersonalidad y seguir haciendo un periodismo de calidad:

- No usar internet como la única fuente de información y subsistencia.
- No convertirse en periodistas mecánicos que pierden el olfato periodístico al transmitir sólo información ajena sin construcción propia.
- No convertirse en periodistas de escritorio amantes del encierro, que no buscan la noticia, sino que esperan que todo les llegue desde una pantalla.
- Evitar perder la pasión por investigar.

- **Limitar el ejercicio periodístico, sólo desde competencias tecnológicas**

En este sentido, la calidad de la noticia se ha perdido por la manera en la que estamos comunicando, porque *“hay más preocupación por lo inmediato, por lo de forma, que por lo de fondo”*(N°64 periodista de Cartagena), así afirma uno de los periodistas de Prensa.

Los periodistas, si bien es cierto que deben estar a la vanguardia de los avances tecnológicos, no son estos los que definen su quehacer profesional, sino sus propósitos sociales y los principios de veracidad, objetividad, responsabilidad, legalidad, y manejo adecuado del lenguaje y las bases de la comunicación. Frente a esto, García (1996) plantea que la responsabilidad periodística en un contexto democrático se basa en esos principios y radica estratégicamente en mostrar todos los hechos y puntos de vista significativos para que los ciudadanos tomen sus propias decisiones a partir de lo que recibe, tratando así de aportar a ese proceso, y no de decidir por ellos.

- **Reducción de la investigación rigurosa**

“Falta de investigación y profundidad de la noticia; esta desventaja se percibe regularmente en comunicadores recién graduados”

N°2 Periodista, Cartagena

Tal como lo menciona este periodista en su declaración hay poca profundidad en la noticia, carente de investigación. El periodismo investigativo ha perdido fuerza, y uno de los factores causantes es el incremento del uso inapropiado de las nuevas tecnologías, en consideración con los hallazgos del periodismo en la región, se obtuvieron las siguientes percepciones:

“Lo beneficia en la inmediatez, pero afecta la investigación”.

N°7 Periodista de radio, Cartagena,

“Lo afecta en el hecho que se ha perdido el periodismo investigativo”

N°12 Periodista de radio, Barranquilla,

Este es un fenómeno que viene en aumento por el fácil acceso a cúmulos de información que proporciona la red, el periodista se está limitando en hacer un barrido general de esa información para producir a partir de ella su noticia; por tanto lo que antes era realizar una investigación rigurosa en el ejercicio periodístico, actualmente se está quedando en hacer simples consultas, y en consecuencias se corre el riesgo de elaborar una noticia carente de imparcialidad, objetividad y veracidad, lo que conllevaría al cuestionamiento de la labor periodística en los diferentes medios, precisamente por el deterioro de la credibilidad.

7.3. NUEVAS COMPETENCIAS PARA NUEVOS PERFILES LABORALES

Los resultados revelan dos tipos de competencias que están demandando las empresas informativas de estas tres ciudades: competencias éticas y competencias específicas asociadas a la profesión.

7.3.1. Competencias Éticas:

Existe una fuerte preocupación en los periodistas por la ética en su desempeño profesional, de tal manera que fue posible identificar en las entrevistas suministradas a la unidad investigativa varias dimensiones centrales asociadas al tema: *La dimensión ético-normativa y la dimensión ético-social.*

- **Dimensión ético-normativa:**
 - **Conocimiento de los derechos de autor que regulan los nuevos medios y los tradicionales.**

“Tengo una preocupación por el plagio creciente, por la forma como usan mal las herramientas informáticas para el trabajo informativo”

N°11 Periodista de Prensa, Barranquilla.

“Existe problema con los derechos de autor, hoy en día es muy fácil comprar...”

N°13 Periodista de Televisión, Cartagena

“Se debe ser un periodista que conozca la norma de derechos de autor, que sepa vender y que tenga conocimientos en sistemas.

N°50 Periodista de radio, Montería

Aunque el plagio de obras o ideas textuales es un delito contemplado en la ley 1032 de 2006, con el surgimiento de la red internet también crecieron los bancos de información y las diversas formas para consultar y producir información. Estos aspectos crecen más acelerado que las políticas de control para estos nuevos

formatos. Por lo cual, queda sin regular muchos aspectos asociados a la generación de conocimiento e información en la web, de tal manera que donde la norma se diluye o se desconoce, la cultura vuelve aceptable lo que la ética hace inaceptable.

Esto es evidente en las percepciones que tienen los periodistas sobre el modo en que algunos colegas usan deliberadamente la información de las fuentes secundarias en la divulgación de las noticias haciéndolas invisibles, y al no diferenciar la información propia de la ajena comunica la idea de que ésta es producida por el medio como tal, cayendo en un problema de no referenciación que desde el ámbito ético es cuestionable y digno de ser considerado plagio informativo.

Aunque este problema no es exclusivo de un medio como tal, en el caso de las tres ciudades objeto de estudio, son los periodistas de medios radiales los que más resaltan la proliferación de estas prácticas en sus emisoras locales, generando una cultura del facilismo que reduce la profesión a un simple trabajo de oficina que renuncia a la búsqueda de información de primera mano, esto se hace explícito en el siguiente testimonio de un periodista de Cartagena: *“estas prácticas inapropiadas de usar la información nos ha vuelto periodistas flojos”*(Nº1 Periodista de Radio).

El término «flojo» que viene de la palabra «flojera» aunque algunos diccionarios lo asocian a debilidad, falta de fuerza o cansancio, el diccionario de la Real Academia Española en una de sus traducciones la define como: “negligencia o descuido”, siendo la que más se aproxima al significado que esta palabra tiene en el contexto léxico-semántico de la región Caribe. Precisamente, lo que el periodista está señalando es que este tipo de prácticas anti-éticas de no visibilizar las fuentes secundarias en el proceso de producción noticiosa está deformando la praxis por negligencia periodística, dada la presencia de un plagio habitual creciente que no distingue la producción propia de la ajena; que no hace distinción

entre la posición del periodista frente a las otras posiciones; entre la propiedad intelectual del individuo frente a la propiedad de otras fuentes de información convencionales y especializadas; entre la posición del medio frente a la posición de las fuentes oficiales o institucionales.

En la misma perspectiva del plagio, emerge la preocupación por los derechos de autor. Los periodistas son conscientes de que las nuevas tecnologías han fortalecido y expandido el portafolio de servicios de las empresas informativas, pero también han abierto nuevas opciones comerciales para adquirir productos y herramientas tecnológicas que les ayuda a mejorar su plataforma de comunicación pasando de lo análogo a lo digital. De esta manera aparecen dos conceptos claves en el trabajo periodístico: la compra y la venta.

Cuando hablan de compra y venta, es posible referirla a productos culturales y tecnológicos como también a la administración de la pauta publicitaria usando medios tradicionales y digitales. Se sabe que durante las emisiones informativas se usan pistas musicales, se hacen publrreportajes, auspicios, sponsor... además en el proceso de producción informativa se usan softwares, algunos comerciales y otros tipo freeware y shareware..., ni que decir de las nuevas modalidades de contratación laboral que han surgido en el contexto digital.

En todo este ambiente, los periodistas perciben la necesidad de conocer a profundidad las normas de derechos de autor que regulan los procesos comerciales implícitos en la práctica periodística tradicional o digital para que las dinámicas comerciales se hagan respetando el marco regulatorio evitándose así sanciones disciplinarias lamentables por ignorancia o negligencia.

- **Dimensión ético-social**

Conocimiento de la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico de la información. (ANECA, 2005)

“En algunos casos la falta de seriedad de algunas personas manifiestan información falsa, que no es confirmada por periodistas antes de divulgar”

N° 15 Periodista de Televisión, Barranquilla

“...la razón de ser de un buen periodistas es la investigación, es el trabajo de campo, es la relación con el ciudadano y creo que esa es para mí una de las grandes desventajas que hoy las nuevas tecnologías están incidiendo en cómo estamos comunicando, hay más preocupación por lo inmediato y la forma que por lo de fondo”

N° 64 Periodista, Cartagena

“La velocidad con que se adquiere el dato, se transmite, pero no lo meditamos”

N°37 Periodista de Prensa, Montería

Dentro de la dimensión social, la ética individual del periodista o comunicador, debe ser ajustada al bien social de cada una de las personas que integran la sociedad, es decir no es moral, ya que la moral es lo que esta “definido” como bueno en la sociedad, y la ética social es lo que en realidad en conjunto estamos aceptando como bueno, y lo que decidimos acatar dentro de la misma, es de conservar las adecuadas razones para con los demás, conocido como “el respeto a terceros”.

Es evidente entonces que el respeto a terceros, debe seguirse por lo axiológico de la sociedad, existen ciertos comportamientos o normas en las que los miembros de una sociedad deben enfrentarse con el fin de lograr el éxito entre sí. Estos normalmente son los valores actuales o los principios que dicen cómo se debe actuar; lo cual se hace evidente en el siguiente testimonio de un periodista de Cartagena: *“Lo único en que nos podría afectar, es que el reto no es tenerlo primero (Chiva), sino hacerlo bien.”* (N°19 periodista de prensa).

En toda sociedad se exigen reglas para la buena convivencia de los individuos y el respeto a las personas y a las cosas; es necesario mantener vigente el ánimo de hacer las cosas bien sin causar daños a terceros; daño que se evidencia en estigmatizar algunas comunidades, como son los usos de material audiovisual en archivo para soportar la voz off del dato noticioso; el siguiente testimonio reafirma la apreciación:

“la comunicación se ha vuelto más gráfica, quitándole protagonismo a un texto bien redactado”.

N°32 Periodista de prensa, Cartagena

Sobre la base de las consideraciones anteriores, está el hecho de los efectos de la inmediatez, puesta en acción al momento de conseguir el dato y que pone en juego algunos estándares de calidad, como el procedimiento de confrontar fuentes; algunos periodistas optan por pensar en someterse a rectificar la noticia, sujeta a derechos de petición o alguna figura jurídica, antes que considerar la posibilidad de ser recursivo en los procedimientos de ilustración, pensando en el bien social.

7.3.2. Competencias Específicas:

Los periodistas consideran que independientemente de los adelantos tecnológicos, el periodismo requiere de competencias y fundamentos específicos que van más allá de manejar herramientas o resolver problemas asociados con el soporte técnico para producir la noticia, esto fue notorio en los comentarios que dieron algunos de los periodistas participantes:

“Son las competencias profesionales las que se necesitan, porque para mí un periodista no se mide solo porque sepa hacer una grabación o porque sepa manejar un computador, yo creo que lo más importante es el compromiso que uno tenga consigo mismo y con la comunidad”

N°27 Periodista de Prensa, Barranquilla

En las percepciones de los periodistas sobre este tipo de competencias subyacen tres dimensiones inherentes: **la dimensión académica** (conceptual de la profesión), **la dimensión profesional** (oficio en si incluyendo la calidad) y la **dimensión comunicacional** que abarca lo estratégico y lo tecnológico (lo estratégico=llegar audiencias, cambio en el modelo de comunicación- el manejo tecnológico=instrumental).

- **Competencia académica:**

Capacidad de identificar y utilizar apropiadamente fuentes de cualquier tipo que sean significativas para el estudio de la información y comunicación (ANECA, 2005)

Considerar la fundamentación conceptual y práctica en el manejo de la información, desde la habilidad de depurar el dato extraído muchas veces de fuentes secundarias, que no permiten en la mayoría de los casos conocer la citación inicial de la víctima o victimario, en el desarrollo del conflicto que presenta la elaboración del relato noticioso.

“La disponibilidad de muchas fuentes, puede ser ventajoso el problema está en comprobarlas”.

Nº57 Periodista de prensa, Montería

Esta comprobación nos lleva a que el género periodístico cambie, y parezca más un formato ficcional que la representación de la realidad (Nichols, 1997).

- **Competencias profesionales:**

“Principalmente estamos necesitando periodistas con ganas de aprender y con entrega y amor por lo que se hace. Las competencias y habilidades las otorga el ejercicio profesional cuando estamos dispuestos a averiguar”.

N° 34 Periodista de Prensa, Montería

Este tipo de competencias la asocian con el saber profesional como tal, pues antes que nada los periodistas reconocen que la base de este oficio tiene que ver con los procesos de calidad periodística y el reposicionamiento que ha tenido este oficio en la era digital, a partir de los cambios en los roles y el nuevo modelo comunicacional que exige horizontalidad en las relaciones del periodista con sus audiencias, reconociendo que ambos son emisores y receptores a la vez.

Esto es congruente con los hallazgos de otros autores que miran la calidad periodística desde el clásico trío: investigación, producción y difusión en unión con el nuevo trío: innovación, interacción y participación que tiene que ver con creatividad para operar y crear desde las nuevas plataformas de comunicación digital que exigen un perfil profesional renovado con habilidades y estrategias para llegar a audiencias activas que demandan participación, interacción y acceso a información relevante para entender los contextos sociales donde se desenvuelven y para tomar decisiones desde su cotidianidad (Molera, 2008; Salaverría, 2003; Tuñez, Martínez y Abejon, 2010).

Sin embargo lo que para los periodistas parece darle sentido a su profesión y valor agregado a su ejercicio son las dimensiones existenciales por encima de las cognoscitivas, de tal manera que las competencias profesionales para ellos es una mezcla de pasión por investigar, amor por la profesión, sensibilidad por lo social y compromiso con el desarrollo comunitario.

Esta percepción de las competencias profesionales mantiene una visión holística que exige la formación de un profesional integral que entiende la profesión como crecimiento humanístico en donde lo cognitivo tiene que ver con lo axiológico, lo axiológico tiene que ver con lo vocacional, lo vocacional tiene que ver con lo social, y lo social tiene que ver con el desarrollo de comunidades que son a su vez personas con necesidades no solo materiales y afectivas, sino también informativas, comunicativas y cognoscitivas en donde el periodista aporta de manera especial.

Existe también plena conciencia que la profesión no se define por el manejo de artefactos tecnológicos sino por el compromiso social

Los periodistas asimilan la calidad periodística y las competencias profesionales más allá de las competencias específicas de la profesión, esto es según ellos:

- Habilidades de lectoescritura
- Habilidad para el ejercicio periodístico
- Habilidades para la producción y difusión en línea o diferido
- Habilidades de síntesis y análisis
- Visión holística del periodismo como factor integrador que abarca lo profesional, lo tecnológico y lo estratégico de la comunicación.

Que menciona Salaverría (2003) y Molera (2008) basado en el clásico trío: investigación, producción y difusión desde criterios de calidad periodística y la adopción de nuevos modelos de comunicación que respondan a los desafíos del ciberespacio.

“Si a mí llega una persona que tiene sólo condiciones para hacer un periodismo convencional, no me sirve porque creo que esa parte la complementaria yo y el equipo que me ayuda en la parte editorial. Tengo un grupo de personas, son como

diez, unas escriben otras no, pero me apoyan en el tema de las nuevas tecnologías y eso para mí es de gran ayuda”

N°41 Periodista de Prensa, Montería

- **Competencias Comunicativas**

- a) Estratégico**

Habilidades para acercarse periodísticamente a públicos juveniles.

Otro hallazgo importante relacionado con la dimensión *estratégica* tiene que ver con el desafío ético de fortalecer las prácticas de acercamiento social a los jóvenes desde la producción informativa y noticiosa, así lo deja entrever algunos testimonios como los siguientes:

“Nos estamos acercando más a un público joven, queremos fortalecer la simpatía con la juventud que nos sigue...”

N°41 Periodista de Prensa, Montería

“El periodista de hoy debe ser un periodística que se acerca al público joven...”

N°62 Periodista de Televisión, Montería.

Los periodistas consideran que el oficio tiene el imperativo de acercarse a la población juvenil, en especial aquellos que están aprovechando los medios digitales más que los adultos. Sin embargo, dicho acercamiento tal cual como lo conciben es la reproducción del mismo modelo tradicional que imagina al joven como un simple usuario consumidor de información para fines de entretenimiento.

Es un acercamiento cultural que no necesariamente trastoca lo político, lo que hace que la cercanía no trascienda el carácter comercial basado en la ley de la oferta (contenidos) y la demanda (consumo cultural juvenil).

El acercamiento político de los medios de comunicación todavía está en consolidación, y es allí donde existe una gran deuda social e histórica de los medios y los periodistas hacia los jóvenes, no solo porque muchas veces los han hecho invisibles en este terreno, sino que además el concepto mismo de audiencia juvenil que tradicionalmente se ha concebido desde las perspectivas mediáticas que lo miran como simples consumidores culturales (música, entretenimientos) o agentes de derechos (víctimas de algún delito atroz que los hace noticia), pero no como sujetos políticos que pueden tener o han tenido un lugar protagónico en sociedad y en la noticia más allá de la posición de ser víctimas, victimarios o consumidores.

Los periodistas no miran necesariamente la estrategia de acercarse a ellos como una apuesta mediático-social que puede potenciar procesos de inclusión sociopolítica, reduciendo así la brecha de exclusión político-informativa que han padecido los jóvenes desde antaño.

Existe una línea muy sutil entre acercamiento informativo victimizador y acercamiento informativo político, esto último implica en lo ético, acariciar otras dimensiones ético-políticas en la manera de informar sobre lo juvenil, más allá de revelar situaciones de vulneración de los derechos de esta población. El gran desafío estriba entonces, en visibilizar las otras actuaciones en donde los jóvenes están desarrollando acciones y procesos que están generando cambios en el tejido social y en la política misma de las ciudades y regiones, eso también son hechos dignos de considerarse noticias.

A partir de las condiciones que anteceden, jefes y coordinadores de medios resaltan varias competencias éticas que esperan de los periodistas que contratan:

b) Tecnológicas:

Referidas al desempeño profesional del periodista, con base al uso de las NTIC que demandan las empresas informativas, por consiguiente fue posible reconocer

en las entrevistas adquiridas varios aspectos centrales asociadas al tema: Acceso, Búsqueda, Codificación, Emisión.

Capacidad de acceder a la web en el menor tiempo

Mediante el uso de dispositivos tecnológicos, que manejan servicios web, muchos periodistas sugieren que se debe capacitar en habilidades técnicas, alrededor de los servicios que les ofrece la web, preferiblemente la web 2.0, conocida por algunos autores como periodismo 2.0 (Briggs, 2007)

“Saber utilizar una computadora, la red y saber comprender poco a poco estas herramientas que hoy en día facilitan y mejoran los procesos productivos y administrativos de una empresa.”

N°13 Periodista de Televisión, Cartagena

“Los periodistas requieren tener conocimiento del manejo de elementos o sistemas de comunicación como la Internet, tener un correo disponible que permita tener acceso a todo tipo de información.”

N°2 Periodista de Radio, Cartagena

Sin embargo un número reducido de periodistas ven que la posibilidad de entrar a competir en el acceso al dato; no debe estar sujeta a los formatos tecnológicos. Cada vez más los periodistas tradicionales se ven enfrentados a adquirir competencias en el manejo y destrezas tecnológicas en el trabajo de campo y las salas de redacción, por razones de competitividad, (Said, 2010) en los cuales los nuevos periodistas tienen la competencia tecnológica independiente de los estándares de calidad y género periodístico.

“Difícil, puesto que la mayoría del gremio está conformados por personas que se han formado empíricamente, sin pasar por la academia”.

N°31 Periodista de Prensa, Cartagena

“Aún falta mucho por conocer, por aplicar y por capacitar sobre todo a los periodistas de la vieja guardia, que no han aprendido a utilizarla”.

N°32 Periodista Prensa Cartagena

Algunos se muestran limitados por la barrera tecnológica que les genera el hecho de no manejar la herramienta, principalmente en los periodistas de edad mayor, excusándose en la edad, el contacto de la fuente y que el texto escrito se da por la habilidad empírica.

Sin entrar a valorar quien tiene la razón, un periodista que emigró al manejo digital de la información tendrá más ventajas que los que se quedaron en la era Gutenberg.

Muchos de los medios tradicionales, que decidieron dar su paso al universo digital, se enfrentaron a una demanda de competencias relacionadas con las plataformas tecnológicas que impone internet, para algunos investigadores (Palomo, 2004) empezaron a considerar periodista digital a todo aquel que trabaja para el soporte de internet, ignorando definiciones más amplias que también incluyen este término para referirse a aquellos periodistas que utilizan la red como fuente de información.

Capacidad de búsqueda y depuración de fuente

La competencia en la búsqueda de fuentes, no está sólo en encontrar el dato, debido a que se encuentran mucha información principalmente de fuentes no institucionalizadas, que se presentan en el ciberespacio y que tienen seguidores que permiten generar cierta credibilidad en la depuración del dato; sin embargo no es suficiente, se debe confrontar, siguiendo los fundamentos de lo que debe ser considerado como fuente en la forma de soportar la noticia.

“Los periodistas deben conocer los servicios de internet, que sepan diferenciar fuentes entre blogs, wiki, y portales web

N°35 Periodista de Prensa, Montería

“Los buscadores se han convertido para algunos periodistas, en la única fuente de información. Además, ya muchos no visitan las fuentes”

N°8 Periodista de Radio, Cartagena

“Capacitaciones en corrección y uso de fuentes es lo necesario que incorporamos”.

N°57 Periodista de Prensa, Montería

Capacidad de codificar al momento de producir la noticia.

El paso del soporte análogo a lo digital, estaba en el hecho de poder realizar una convergencia tecnológica (Negroponte, 1995), esta concepción de la convergencia estaba atribuida a la posibilidad de emigrar contenidos a la web; para Ramón Salaverría la convergencia no debe confundirse con el hecho de codificar, que está más sujeta a la digitalización; hecha la observación anterior, la convergencia es una consecuencia de los procesos de digitalización (Salaverría & García, 2008) y la codificación giraría entorno a los procedimientos de digitalización.

“Por medio de la digitalización del texto, se ayuda a ir al grano, al vínculo, es decir al encuentro hipertextual”.

N°47 Periodista de Prensa Montería

*“Los distintos formatos nos dan la posibilidad de reproducir mucho más que antes”.*N°62 Periodista de Televisión, Montería

Con base en las consideraciones anteriores, la digitalización nos da posibilidad de generar distintos formatos, que permitan adquirir cobertura en las plataformas de

los dispositivos que utilizan algunos periodistas y/o usuarios de las nuevas tecnologías.

Capacidad de Emitir para cualquier público

Muchas empresas informativas, están exigiendo a sus periodistas la capacidad de llegar a todos los públicos, competencia que se desarrolla con el manejo de elementos conceptuales y prácticos en las distintas formas de emisión, pero que se evidencia en la posibilidad de emitir en línea o diferida, para estos, algunos periodistas hacen uso del streaming, apoyada en herramientas de software que dan la posibilidad de generar en tiempo real la noticia y que se emite por internet, especialmente para aquellos que no tienen a su alcance tecnología avanzada. Otros optan por los FTP (Protocolo de transferencia de archivo), soportada en las posibilidades de los servicios web, como lo e-mail. (Marqués, 2000).

“El periodista debe manejar bien los programas de comunicación en línea como skype, msn, twitter, facebook y streaming”

Nº56 Periodista de Radio Montería

8. CONCLUSIONES

Cada vez más los periodistas tradicionales se ven enfrentados a adquirir competencias en el manejo y destrezas tecnológicas en el trabajo de campo y las salas de redacción, por razones de competitividad, (Said, 2010) en los cuales los nuevos periodistas tienen la competencia tecnológica independientemente de los estándares de calidad y género periodístico.

El reto es hacer parte del universo virtual, en este caso el ciberespacio nos obliga como periodista digital o ciberperiodista a replantear el estilo noticioso en la lectoescritura de códigos que permita generar una comunicación capaz de convertirnos no sólo en informantes que pasaron del dato al manejo de la información, sino ser parte activa de una sociedad del conocimiento con responsabilidad social.

Las empresas informativas, que deseen ser parte del ciberespacio y complementan su proceso de retroalimentación con publicaciones tanto impresas como virtuales en sus procedimientos de reportería, escritura, y comercialización deberán implementar la interactividad, multimedialidad y la hipertextualidad (Díaz Noci, 2008) en sus estándares de calidad periodística, donde se identifique el sello de la institucionalización, pero que también deje ver la independencia de sus actores desde el compromiso con la sociedad y la ética profesional.

En términos generales, se evidenció que son más las ventajas que desventaja percibidos por los periodistas en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en sus labores, dentro de éstas resaltan: el beneficio de la inmediatez, la posibilidad de acceder a información abundante y la ampliación de las oportunidades laborales; sin embargo reconocen que existen colegas que utilizan inadecuadamente las nuevas tecnologías generando pérdida del contacto directo con la realidad y las fuentes, crisis en las competencias profesionales y reducción de la profesión a una simple tecnificación de información o noticias.

En cuanto a las competencias laborales que requieren las empresas informativas los periodistas destacan dos tipos: competencias éticas vista desde lo *Normativo y Social*; y Competencias específicas, subdivididas en *Académicas, Profesionales y Comunicativas*, esta última categorizada desde lo estratégico y lo tecnológico aplicado a las NTIC.

Es difícil imaginar un oficio o profesión que no esté permeado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, ya que éstas son herramientas imprescindibles para el desarrollo de las sociedades y sus organizaciones. Estas razones llevaron a las empresas informativas a constituir una relación estratégica con la nueva dinámica que ofrece el entorno tecnológico; quizás el periodismo es de las actividades que exige estar actualizado social y tecnológicamente para no quedarse rezagado.

Los perceptores consultados (periodistas), se esforzaron por formarse una “impresión” en el concepto de NTIC principalmente los periodistas que no se ubican en la categoría de periodistas digitales, percibiendo a estos últimos como unidad en conjunto en la que es difícil categorizar el medio en que se desenvuelve.

Otro aspecto tiene que ver con el *efecto de primicia* (Asch,1946)), en el hecho de responder según la información previa a la respuesta, para poder responder a posterior. Esto se facilitó gracias al instrumento de la entrevista semi-estructurada; por permitirnos dar una pregunta guía, sin salirse del contexto.

Estos resultados proporcionan información desde la praxis que permiten comprender el contexto periodístico de estas ciudades de la Región Caribe colombiana teniendo en cuenta los cambios que se están dando con la inserción de las tecnologías de la información y la comunicación.

9. RECOMENDACIONES

Finalizado este proceso de investigación, publicado y socializado en algunos círculos de periodistas, se hace necesario proponer algunas recomendaciones para tener en cuenta en las futuras investigaciones. Como una forma de ser pragmático y sin tener que respetar el orden de los ítems se proponen tres miradas:

9.1 INSTITUCIONES FORMADORAS:

- Las Universidades e Institutos de formación en las áreas del periodismo y comunicación, deberán incluir en sus currículos académicos, el desarrollo de competencias en la fundamentación conceptual y práctica en las redacciones para los cybermedios, habilidades en NTIC y competencias éticas desde la jurisprudencia y desde lo axiológico, pensando siempre en el bienestar social.
- Catalizar los semilleros de investigación que tengan líneas de investigación en lo ético-social y las NTIC; con el fin de optimizar el corpus académico de las TIC en el contexto de la comunicación.
- Desarrollar directrices de actualización, con base en los estados del arte de las TIC y la Comunicación en la región.

9.2 PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN:

- Aprovechar las políticas del estado, con relación al desarrollo del Ciberperiodismo en Colombia; participando en sus proyectos, independientemente del rol a desempeñar, siempre y cuando no afecte sus intereses.
- Actualizarse en NTIC, mediante las distintas modalidades de financiación, jornadas de estudio y presencialidad que exigen algunas universidades e institutos en convenios.

- La brecha digital se debe eliminar proponiéndose ser autodidacta en el manejo de las NTIC, y cambiar los paradigmas que lo limiten.

9.3 EMPRESAS INFORMATIVAS:

- Generar políticas de capacitación acorde a los planes de proyección de la empresa informativa.
- Diseñar planes de estímulos, que motiven la investigación desde sus trabajadores acorde a las competencias que vienen desempeñando al interior de la empresa.
- Estructurar planes laborales para los profesionales de la comunicación que tienen vínculo con la empresa, y de esta forma poder exigir mejor calidad en los estándares de emisión y publicación.
- Generar convenios con instituciones formadoras para elevar las competencias que les exige la empresa, y que además les permita desarrollar sus proyectos personales.

BIBLIOGRAFÍA

1. ALLES, Martha (2002). "Desempeño por competencias. Evaluación de 360°". Ediciones Granica. Buenos Aires.
2. ANECA (2005). Libro Blanco. Títulos de grado en Comunicación. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
3. ARMAÑANZAS, Emy, Javier Díaz Noci, Koldo Meso (1996). El periodismo electrónico. Ariel, Barcelona.
4. ARMENTIA, José Ignacio&Caminos, José María. (2003). Fundamentos de Periodismo Impreso. Editorial Ariel S.A. España (Barcelona). pp. 45-50.
5. ARROYAVE, Jesús., & Barrios, Martha (2006): "Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación". Investigación y desarrollo, Vol. 13, No. 2, pp. 364 – 389.
6. ARROYAVE, Jesús., & Blanco, Iscar (2005): "Perfil Sociológico de la profesión del periodista en Colombia". Diálogos de la Comunicación, Felafacs.
7. ARROYO, C. M. (2011). Aproximación al Perfil del Periodista en la Postmodernidad. Razón y Palabra. No. 76.
8. ASCH, S. (1946). Forming impressions of personality. Journal of Abnormal and Social Psychology.
9. BELLOCH, C. (2000). "La Educación en la Sociedad de la Información." Universidad de Valencia.
10. BERGER, P.L. Y LUCKMANN, T. (1988). La construcción social de la realidad. Un tratado de sociología del conocimiento .Barcelona: Herder
11. BARRAYCOA, Javier; LASAGA, Olga (2009). Competencias e inserción laboral: un análisis de la empleabilidad de los recién licenciados en ADE y Económicas. Barcelona: CEU Ediciones.
12. BENCOMO, Tania (2004). "Las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el trabajo de los comunicadores sociales". Visión Gerencial, Vol.3, No.2, pp. 3-13.

13. BRIGGS, Mark (2007). Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital. Versión en español del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin.
14. BUNK, Gerhard (1994). La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales en la RFA. Revista CEDEFOP, 1, p.16.
15. BURSET, M. (2003). Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación. Ciclos de Conferencias. Universidad Complutense de Madrid. pp. 244
16. CABRERO, c. (2005). periodismo digital en Bolivia. plural editores.
17. CANAVILHAS, Joao (2008). 1º Foro de Periodismo Digital de Rosario 2008 - Nuevos Medios | Nuevos Modos | Nuevos Lenguajes
18. CABRERA, Maria Ángeles (2000). La prensa online. Cims, Barcelona.
19. CALVO, Manuel. (2005). Ciencia y Periodismo Científico en Iberoamérica. España.
20. CANEL, M. y SÁDABA, T (1999), "La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión" en: *Comunicación y Sociedad*, vol. XII, n. 2, 1999, pp.9-32.
21. CANGA, Larequi. (1996). Periodismo e Internet: Nuevo Medio, Vieja Profesión. Ponencia No, 2. Universidad del País Vasco.
22. CASASÚS, Josep Maria (2001). Perspectiva ética del periodismo electrónico en "Estudios sobre el Mensaje Periodístico" número 7. Departamento de Periodismo I, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense. Madrid.
23. CASTELLS, Manuel (1995). La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano regional. Madrid: alianza.
24. CASTELLS, Manuel (1998). La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol. 1: La sociedad red. Vol. 2: El poder de la identidad. Vol. 3: Fin de milenio. Alianza, Madrid.
25. CASTELLS, Manuel (2001): *La galaxia Internet*. Plaza & Janés, Barcelona.

26. CASTELLS, Manuel (1999). Internet y la Sociedad Red. Recuperado el 12 de Febrero de 2012, de Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento (UOC): <http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MM2162.pdf>
27. CASTELLANOS, J. (2011). De lo Impreso a lo Digital la migración de los Periódicos Impresos de América Latina a los Entornos Digitales. Razón y Palabra: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación. n. 77.
28. COBO ROMANI, Juan (2009). "El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento". Revista ZER, Vol.14, No.27, pp. 295-318.
29. COROMINAS, J.; PASCUAL, J.(1989). Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico. Madrid Gredos
30. DALLAL, A. (2003). Lenguajes Periodísticos. Universidad Nacional Autónoma de México Instituto de Investigaciones Estéticas. 2da. Edición. pp. 56.
31. DALZIEL, Cubeiro, Fernández (1996). Las competencias. Clave para una gestión integrada de los recursos humanos. HayGroup, Deusto, España.
32. DELORS, Jaques (1996). "La educación encierra un tesoro". UNESCO. Paris. 1996. Disponible en http://www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF Consultado en septiembre de 2012.
33. DE PABLOS, José Manuel. (2006). "Fuentes Mudas en la Web: Periodismo transito propaganda". Razón y Palabra, Vol.11, No.49, 1-31.
34. DE PABLOS, J. & Mateos, C. (2003). Cambios Tecnológicos y Calidad del Periodismo. Revista Mexicana de Comunicación 15. n. 82. pp. 16-20.
35. DÍAZ Barriga, Ángel (2006). El enfoque de competencias en educación. Perfiles Educativos. XXVIII (111), pp. 7-36.
36. DÍAZ, J. (2010). Medios de Comunicación en Internet: Algunas tendencias. El profesional de la información, Vol. 19, No.6, pp.561-567.

37. DÍAZ, Luís. (2010). El Impacto de las Tecnologías Digitales en el Periodismo y la Democracia en América Latina y el Caribe. Centro Knight para el periodismo en las Américas de la Universidad de Texas. Austin, Texas. pp. 37-40
38. DIAZ Noci, Javier., & SALAVERRIA, Ramón (2003). Manual de redacción ciberperiodística. Barcelona, Ariel.
39. DÍAZ, Rafael (1990). Las nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual. Editorial: Universidad del País Vasco, Bilbao. pp. 57-66.
40. ECO, U. (2007). Perspectivas de una semiótica de las artes visuales. Criterios, La Habana, pp. 221-233.
41. ERIKSON, Erick (1950). Childhood and society. New York, Norton.
42. FAUS BELAU, Ángel (1966): La ciencia periodística de Otto Groth. Universidad de Navarra-Instituto de Periodismo, Pamplona.
43. FERNÁNDEZ. L. Virginia. (2000). Periodista digital: de MacLuhan a Negroponte. Revista Latina de Comunicación Social. No. 34. Barcelona, España.
44. FERNÁNDEZ, M. (2010). Una profesión titulada "Periodismo". *Revista Latina De Comunicación Social*, 13. n. 65. pp. 1-13.
45. FLÓRES, J. (2011). Reinventar el Periodismo y los Medios. Apuntes sobre el Estado del Arte en la Construcción del Ciber Periodismo. Editorial Fragua. No, 44
46. FLORES, J. & Salinas, A. (2009). Perfiles profesionales para los nuevos medios. Revista Latina de Comunicación Social. Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. pp. 1-10.
47. GARCÍA DE TORRES, E., YEZERSKA, L., & ROST, A. (2011). "Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos". El profesional de la información, Vol.6, No.6, pp. 611-620.
48. GARCÍA, José Alberto (1996). Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC Y ABC. Pamplona, EUNSA.

49. GARCÍA, X. (2010). La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico. *Revista Latina de Comunicación Social* 13, No. 65: 1-13.
50. GIL, Rubén. (1993). *Periodismo, Historia y Teoría: Curso Práctico de Periodismo Evangélico. Volumen 1. España (Barcelona).* pp. 14-20.
51. GUZMÁN, G. F. (2007). Encuestas sobre periodismo digital en LA. *El tiempo.com*. Recuperado el 20 de febrero de 2011, de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3478380>
52. GUTIÉRREZ et al. (2010). Las condiciones Laborales y la Satisfacción de los Periodistas Colombianos. *Investigación y Desarrollo*, Vol. 18 n.1. pp. 24-43
53. GREENSPAN, S. y DRISCOLL, J. (1997). The role of intelligence in a broad model of personal competence. En D. P. Flanagan, G. Genshaft, y P. L. Harrison (Eds.), *Contemporary intellectual assessment: Theories, tests and issues* (pp. 131-150). New York: Guilford Press
54. HABERMAS, Jürgen (1979). *La condición postmoderna*. Minuit, París, 1979
55. HERNÁNDEZ, Fernández y Baptista (2003). *Metodología de la Investigación*. 3ra edición Mc Graw-Hill. México.
56. HIDALGO, L. (2010). La basura electrónica y la contaminación ambiental. *Revista Enfoque* No.1. Disponible: [http://ingenieria.ute.edu.ec/enfoqueute/documents/04_Hidalgo_\(46-61\).pdf](http://ingenieria.ute.edu.ec/enfoqueute/documents/04_Hidalgo_(46-61).pdf)
57. JARAMILLO, E. (2005). *Revista latinoamericana de comunicación Chasqui*. Quito-Ecuador. No, 90.
58. LÉVY-LEBOYEC, C. (2003). *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas*. Barcelona
59. LÓPEZ García, Xosé (2005). "El Ciberperiodismo cultiva sus señas de identidad". *Ámbitos*, No.13-14, pp.45-58.
60. LÓPEZ García, Xosé (2000). "La comunicación del futuro, se escribe con L de local". *Ámbitos*, No.5-2, pp.107-117.

61. LÓPEZ, A (2012). Punto de Encuentro Complutense. Recuperado el 22 de Abril de 2012, de <http://www.puntoencuentrocomplutense.es/2012/04/futuro-periodismo/>
62. MARTÍNEZ, J. L. (2002). Las tecnologías periodísticas: desde el ayer al mañana. *Retos y amenazas para el Periodismo tradicional* (págs. 348-369). Sevilla: Sociedad Española Periodística
63. MAEQUÉS, P. (2000). Impacto de las TIC en Educación: Funciones y limitaciones: Disponible: <http://peremarques.pangea.org/siyedu.htm>
64. MATTELART, Armand (1993): *La comunicación mundo*. Fundesco, Madrid.
65. MATTELART, Armand(1998). *La mundialización de la comunicación*. Paidós, Barcelona.
66. MAXWELL, R., Miller, T. (2008). La mano visible. Periodisco la ventana. Edición miércoles 6 de agosto. Disponible: <http://www.tobymiller.org/images/espanol/op-espanol%20copy-1.pdf>
67. MCLUHAN, M. (1964), *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
68. MCLUHAN, Marshall (1962) *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
69. MESO Ayerdi, KOLDO (2007). El impacto de Internet en los medios de comunicación del País Vasco. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco,
70. MESO Ayerdi, KOLDOBIKA (2002). “Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital”. *Revista Latina de Comunicación Social*, Año 5, No.51, pp.1-7.
71. MOLERA, E. (2008). Guía para el Análisis del Impacto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el Desarrollo Humano. Universidad Politécnica de Madrid. pp. 5-16.

72. MOSCOVICI (1997): Introducción a la psicología social. Barcelona: Paidós.
73. MORFIN, J. (1997). La prensa latinoamericana en Internet: una instantánea de los primeros años. Universidad de Texas. Recuperado el 14 de julio de 2011, de <http://lanic.utexas.edu/proyect/etext/llilas/tpla/9701.html>
74. MOGOLLÓN, H., & PRIETO, C. (2006). Las TIC en la Generación de Contenidos Periodísticos en Venezuela. Revista Latina de Comunicación Social. No, 61.
75. NAJI, J. (2009). Educación en medios ante la brecha digital en los países del Sur. Comunicar 17, n. 32. pp. 41-50.
76. NICHOLS, Bill (1997). La Representación de la realidad. Editores Paidós. Barcelona
77. NÚÑEZ Ladevéze, Luis (1995). Introducción al periodismo escrito. Barcelona: Ariel.
78. NEGROPONTE, Nicholas (1995). El mundo digital. Barcelona, Ediciones B.
79. OBREGÓN, R. Arroyave, J. Barrios, M. (2009). Cubrimiento periodístico de la gestión del riesgo en la subregión andina
80. ORTEGA, F. (2000). Una profesión voraz. En M. García de Cortázar & M.A. García de León (Eds.), Profesionales del periodismo: Hombres y mujeres en los medios de comunicación. Madrid: CIS.
81. ORTEGA, F. & HUMANES, M.L. (2000). Algo más que periodistas: Sociología de una profesión. Barcelona: Ariel
82. PAIPA, Alfredo y PARRA, Ciro (2010). Competencias: lenguaje común para la internacionalización de los currículos de la educación superior.
83. PALACIOS, M. y Díaz, J. (2007). Ciberperiodismo: métodos de investigación. Disponible: <http://www.argitalpenak.ehu.es/p291->

content/es/contenidos/libro/se_indice_ciencinfo/es_ciencinf/adjuntos/ciberperiodismo.pdf

84. PALOMO Torres, María Bella (2004): El periodista on-line: de la revolución a la evolución. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla
85. PELTZER, Gonzalo. (1994). Nuevo periodismo y periodismo con futuro. Dialnet: Cuadernos de información. No. 9. Pp. 1 - 4.
86. PÉREZ Ariza, C. (2006). La libertad de expresión, en el paradigma de las nuevas tecnologías y la sociedad de la información. Revista Latina de Comunicación Social, 61. La Laguna (Tenerife).
87. POLIT, Denise y HUNGLER, Bernadette. Investigación científica en ciencias de la salud. México: McGraw Hill. Sexta edición. 2000.
88. RAMÍREZ, A., SANDOVAL. R., & VÁSQUEZ, B. (2011). La imagen Personal Como Factor de Éxito. Revista Reporte Final. Vol.1. No. 5. Pp. 40-45
89. REY, B. (1996). Las competencias transversales en quística. ESF Editores : Paris
90. RODRÍGUEZ ANDRÉS, R. (2000). Características socio-demográficas y laborales de los periodistas españoles e índice de satisfacción profesional. Consultado 1 de mayo de 2011. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/9/art26.htm>
91. RODRÍGUEZ, Nelson.(1999). Selección efectiva de personal basada en competencias. Disponible : <http://www.gestionhumanaconsultores.com/articulos.html>
92. RODRÍGUEZ, Ramón (1997), La transformación hermenéutica de la fenomenología. Una interpretación de la obra temprana de Heidegger. Editorial Tecnos, Madrid.
93. RODRIGO ALCINA, M (1989). La Construcción de la noticia. Ediciones Paidós, Buenos Aires.

94. ROJANO, M. (coord.) (2006). Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, Centro de Investigación de la Comunicación.
95. SAID Hung, E. (2009). El rol del docente en la formación del periodista digital. *Revista Comunicación*, 18, 5-14.
96. SAID Hung, E. (2010). El docente ante el avance del ciberperiodismo en Colombia. *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*.
97. SAID-Hung, E. Arcila, C & MENDEZ, J. (2011). Desarrollo de los Cibermedios en Colombia. Universidad de Norte Barranquilla
98. SALAVERRÍA, R (2008). Nuevos medios, nuevos modos y nuevos lenguajes. Primer Foro de periodismo digital de Rosario. Laborde Libros Editor. Edición 1. pp 163.
99. SÁNCHEZ, D (2008). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*. Vol. 4 No.1
100. SÁNCHEZ, J., González, J., & LORENO, F. (2010). Competencias Profesionales y Empleo del Futuro Periodista: El caso de los Estudiantes de Periodismo de la UCH-CEU. *@Tic.RevistaD'innovació Educativa*, No. 5. pp. 8-19
101. SANDOVAL Martin, María (2001). "La formación a distancia de periodistas digitales". *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol.4, No.37, pp.1-6.
102. SANTIBÁÑEZ, Abraham (1995). *Periodismo Interpretativo*. Segunda edición actualizada. Editorial Andrés Bello. Santiago de Chile. pp. 273
103. SCOLARI, Carlos Alberto ;Micó Sanz, Josep Lluís ; Navarro Guere, Héctor ; Pardo Kuklinski, Hugo ; (2008): "El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes", en: *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, nº25. Bilbao: UPV/EHU, pp. 37-60.

104. SMITH, Anthony (1980): "Goodbye Gutenberg". Oxford University Press, Oxford y New York, Gustavo Gili, Barcelona.
105. SUÁREZ Villegas, J. (2009). "La crisis de identidad del periodista y la ética profesional". Estudios sobre el Mensaje Periodístico, No.15, pp.119-134.
106. SUÁREZ, Juan Carlos., ROMERO, Lorena., y ALMANZA, Ana. (2009): "El periodismo en el espejo. La profesión analizada por periodistas andaluces". Ámbitos, no 18, pp. 157-175.
107. TERCEIRO, José B. (1996). Sociedad digital. Del homo sapiens al homo digitalis. Madrid: Alianza.
108. TOBÓN Tobón Sergio (2004). Formación basada en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica. Bogotá: Eco Ediciones.
109. TOFFLER, Alvin (1994). El Cambio del Poder. Plaza y Janes Editores; Barcelona.
110. TOUSSAINT, Florence (2003). Crítica de la información de masas, 3ª Edición, 8ª reimpresión, México, Trillas, pp 94.
111. TREJO, Raúl (1996). La Nueva Alfombra Mágica. editorial diana; méxico
112. TUBAU (1982) & Rivera, J (1995). Revista Latina de Comunicación Social. Periodismo Cultural, Reflexiones y Aproximaciones. La Laguna (Tenerife). No, 6. pp. 1-7.
113. TUÑEZ, Miguel., MARTÍNEZ, Yolanda., & ABEJÓN, Paloma (2010). "Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas". Estudios sobre el Mensaje Periodístico, No.16, pp.79-94.
114. VAN, Manen M. (2003) Investigación educativa y experiencia vivida. Barcelona: Idea Books.
115. VARIS, Tapio (1996): "The media of the knowledge age", en Ledo Andión, Margarita (editora): Comunicación na Periferia Atlántica, Ed. Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.

116. VEGA, Adriana (2008). Retos del Periodismo en un Entorno de Avances Tecnológicos. Revista Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín-Colombia. Vol. 3, No. 5. pp. 3-12.
117. WEAVER, David (1999): "Las actitudes profesionales de los periodistas en un contexto global". Comunicación y Sociedad, vol. 12, no2, pp.33-45.
118. WEAVER, David., & WILHOIT, Cleveland. (1986). The American journalist: a portrait of U.S. news people and their work. Indiana: Indiana University Press, pp.109-110.
119. WILLIS, Jim (2003). The human journalist: reporters, perspectives, and emotions. Washington, Greenwood Publishing Group, p.5.
120. WOLTON, Dominique (2000). "Internet i després..? Una teoria sobre els nous media. Pòrtic, Barcelona.
121. YÁÑIZ, Concepción (2008). Las competencias en el currículo universitario: implicaciones para diseñar el aprendizaje y para la formación del profesorado. Red U. Revista de docencia Universitaria, número monográfico 1. http://www.um.es/ead/Red_U/m1/ Fecha de consulta, 10.12.2009.
122. ZAMARRA López, María de las Mercedes (2008). El periodismo digital y la nueva formación ciber-periodística. REVISTA DE LA SEECI. Nº 15. Marzo. Año XI. Páginas: 59-73; disponible en: [http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero 15/InicioN15.html](http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero%2015/InicioN15.html)
123. ZIBECHI, Raúl (2005). La integración regional después del fracaso del ALCA. Programa de las Américas.

ANEXOS

ANEXO A

GUIA DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA - CUALITATIVA No1

Objetivo:

Analizar las percepciones de los periodistas del Caribe en torno a su profesión a la luz de las nuevas tecnologías.

Dirigido a: Periodistas en ejercicio del Caribe. Tiempo de servicio: 2 años.

Ciudad donde se aplicó la Encuesta:

Periodista en ejercicio: 1.Si 2. No

Empresa donde labora el periodista:

Empresa de: 1.radio 2.prensa

3.Tv

A. INFORMACION PERSONAL

(En todo este ítems escoja una sola opción marcando con una X la respuesta con la que se identifica).

A1. En cuánto, al sexo usted es: 1.Hombre__ 2.Mujer__

A2. Edad en años: 1. Entre 20-26__ 2. Entre 27-33__ 3. Entre 34-40__ 4. Entre 41-47__ 5. Entre 48-54__ 6. Más de 54__

A3. ¿Cuál es el Nivel Educativo máximo terminado?:

1. Primaria__ 2. Bachillerato__ 3. Técnico__ 4. Tecnólogo__ 5.Universitario__ 6. Postgrado__ 7. No ingrese a ninguna Institución o escuela__

Modalidad de preguntas: Abiertas.

1. ¿Cómo ha sido el proceso de incorporación de las Tic?

¿Qué funciones o procedimientos realiza dentro de la empresa informativa con relación al uso de las nuevas tecnologías?

2. ¿Qué oportunidades le ha abierto a su vida profesional manejar las nuevas tecnologías?

3. ¿Qué competencias y perfiles laborales están demandando las empresas informativas para hacer periodismo en este nuevo siglo mediado por las nuevas tecnologías?

4. ¿De qué manera considera que las nuevas tecnologías benefician o afecta la labor de los periodistas?

5. ¿Cómo considera la aparición de las nuevas tecnologías para el periodismo en ciudades como esta?

6. ¿De qué manera las nuevas tecnologías inciden en las posibilidades de acceder o conseguir un excelente trabajo?

7. ¿Qué ventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?

8. ¿Qué desventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?

9. ¿Cómo está el periodismo en esta ciudad con relación a las nuevas tecnologías (en que lo ha beneficiado y en qué no)

ANEXO B

CUADRO ORGANIZACIÓN DE PERCEPCIONES DE LOS

PERIODISTAS EN TORNO A SU PROFESIÓN A LA LUZ DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL CARIBE COLOMBIANO

NUMERO DE PARTICIPANTES: 64

N°	Nombre y Medio de Comunicación	Pregunta No.1	Pregunta No.2	Pregunta No.3	Pregunta No.4	Pregunta No.5
		<p><i>¿Cómo ha sido el proceso de incorporación de las Tic?</i></p> <p><i>¿Qué funciones o procedimientos realiza dentro de la empresa informativa con relación al uso de las nuevas tecnologías?</i></p>	<p><i>¿Qué oportunidades le ha abierto a su vida profesional manejar las nuevas tecnologías?</i></p>	<p><i>¿Qué competencias y perfiles laborales están demandando las empresas informativas para hacer periodismo en este nuevo siglo mediado por las nuevas tecnologías?</i></p>	<p><i>¿De qué manera considera que las nuevas tecnologías benefician o afecta la labor de los periodistas?</i></p>	<p><i>¿Cómo considera la aparición de las nuevas tecnologías para el periodismo en ciudades como esta?</i></p>
1		Redactor de noticias, y veo en	Muchas. Una de ellas	Al menos saber cómo	Beneficia y nos	No se han aprovechado

	EMISORA TODELAR PERIODISTA 1. CARTAGENA	la Web 2.0 una fuente de noticias e historias permanentes. Caso más exacto Redes Sociales.	establecer relaciones laborales y de negocios por la red.	entrar a Internet, cómo interactuar con ella y transmitir datos simultáneos.	exige más que perjudicar. Beneficia por ser una fuente rica en información. Exige porque la gente no traga entero y conoce.	como deben ser los medios o no saben utilizarlo o no saben el inmenso poder.
2	EMISORA TODELAR PERIODISTA 2. CARTAGENA	Trabajo como locutor, comunicador social y utilizo habitualmente el sistema Skype para emitir información cuando se requiera, en especial cubrimiento fuera de la ciudad.	Me ha permitido obtener información en tiempo real, noticias totalmente actualizadas a través de la Internet.	Los periodistas requieren tener conocimiento del manejo de elementos o sistemas de comunicación como la Internet, tener un correo disponible que permita tener acceso a todo tipo de información.	Beneficia porque se puede recibir la información rápida y eficaz. Afecta, porque actualmente el periodista recién graduado busca noticias solo por internet y no se dedica a investigar o indagar sobre un hecho o suceso.	Lamentablemente, los periodistas de Cartagena estamos limitados con la tecnología de punta, son muy pocos quienes cuentan con equipos de comunicación, en particular hablando del periodismo independiente
3	EMISORA TODELAR	Director de noticias y programación deportivo. Uso	Inmediatez con el manejo de coberturas superiores	El periodista actual debe Manejar la globalización	Los beneficios son fundamentales	Estar a la vanguardia de las comunicaciones o

	<p>PERIODISTA 3.</p> <p>CARTAGENA</p>	todas las tecnologías disponibles para el trabajo correspondiente.	en el campo periodístico.	en las comunicaciones y tener habilidad y rapidez generalizada. Capaz de informar en un discurso universal.	por la oportunidad de tener inmediatez, rapidez y seguridad. Las afectaciones existen negativas y positivas.	globalización.
4	<p>EMISORA TODELAR</p> <p>PERIODISTA 4.</p> <p>CARTAGENA</p>	Operador de audio, remotista.	Aprender más, ya que tengo 39 años de experiencia y he cumplido las seis etapas de la radio desde 1972 a la fecha.	Conocer muy bien tanto la radio como la tv.	En que haga un mejor trabajo en la redacción y entrevista y que no se haga corta y pega de noticias.	Muy buena ya que esto hace que el periodista se esmere más, respetuoso y se dé a respetar.
5	<p>EMISORA MINUTO DE DIOS</p> <p>PERIODISTA 1</p>	Periodista-Coordenador de un club de oyentes. La Tecnología me sirve para mantener contacto con la audiencia e informar de las actividades.	Plasmar ideas que ayuden al crecimiento de las personas (oyentes)	Conocer y ser concretos en nuestras ideas, creativos y contundentes.	Las herramientas son buenas siempre y cuando le demos el buen uso.	Excelente, porque acerca al periodista con la ciudadanía.

	CARTAGENA					
6	ORGANIZACIÓN RADIAL OLÍMPICA Periodista 1. CARTAGENA	Director de Radio tiempo	Ninguna en especial	Conocimiento	Beneficia en la actualización de herramientas.	Muy buenas
7	CARACOL RADIO Periodista 1. CARTAGENA	Mis funciones son de periodista y reportería. El internet y las grabadoras digitales nos facilitan mucha la labor.	Poder ampliar mi círculo de colegas.	Por lo menos saber manejar el internet y el sistema de periodismo al cual trabaja ya sea televisión, radio o prensa.	Lo beneficia en la inmediatez pero afecta la investigación.	Ha sido un punto favorable para el desarrollo paralelo.
8	CARACOL RADIO Periodista 2. CARTAGENA	Me corresponde coordinar el sistema informativo (cubrimiento de noticias, selección del material y su puesta al aire).	Capacitaciones permanentes en el manejo de nuevos equipos.	Comprender el uso e impacto de nuevas herramientas en la difusión de la información.	Agiliza la obtención y divulgación de la información.	El bajo costo de algunas de estas herramientas hacen que su uso "Popularice".

9	EMISORA ATLANTICO Periodista 1. Barranquilla	Deportes y generalidades del mundo de hoy.	Más rapidez y comodidad para acceder a la información.	Mínimo el manejo del computador.	La ayuda es enorme si se utiliza bien.	De un gran valor, es un accesorio importantísimo.
10	EMISORA MINUTO DE DIOS Periodista 1. Barranquilla	Programador y productor de la emisora, tengo relación con la tecnología a nivel informático.	El hecho de trabajar con la tecnología.	Del ser capacitados para estar a la vanguardia.	Los beneficia en el mayor conocimiento de tecnologías.	Muy bueno ya que es necesario que una ciudad como ésta, este a la vanguardia.
11	DIARIO LIBERTAD Periodista 1. Barranquilla	Estoy al aire en radio en dos espacios y estoy empezando a formar la oficina de comunicaciones.	Crecimiento en lo personal y en lo profesional.	Requieren más profundidad en las lecturas, soy profesora de la universidad del norte y en la actualidad los jóvenes usan copy and page.	Beneficia 100%, es una herramienta importante (internet). Afecta porque le quito la propiedad de la noticia al	Creo que el conocimiento siempre es positivo y más en ciudades como barranquilla.

					periodista. La noticia es de quien la tenga en la mano y la difunde en el mundo por medio de internet y el celular.	
12	<p>DISCOS FUENTES</p> <p>Periodista 1.</p> <p>Barranquilla</p>	<p>Todo lo que es internet, actualmente nos proyectamos para que la disquera sea una tienda digital.</p>	<p>La oportunidad de colaborar en una empresa discográfica, ya que si no tuviera la oportunidad de saber usar la nuevas tecnologías, nos e me hubieran abierto las puerta en la empresa.</p>	<p>El periodista debe estar totalmente actualizado con las nuevas tecnologías el periodista está a la vanguardia con la inserción de las TIC'S.</p>	<p>Beneficia por la agilidad de conseguir la noticia y la cantidad de información que ofrece la tecnología. El mundo es una aldea como lo dice Mc Luhan. Lo afecta en el hecho que se ha perdido el periodismo investigativo, el contacto humano.</p>	<p>Súper importante ya que a diario estamos avanzando.</p>

13	CANAL CARTAGENA Periodista 1. CARTAGENA	Soy Directora de Entretenimiento y cultura, las nuevas tecnologías se convierten en una herramienta indispensable para mantenerme informada del acontecer diario y para interactuar con mi círculo laboral.	Me brinda la posibilidad de estar a la vanguardia en el mundo laboral y más aceptación.	Saber utilizar una computadora, la red y saber comprender poco a poco estas herramientas que hoy en día facilitan y mejoran los procesos productivos y administrativos de una empresa.	Pienso que no afecta mucho, son más los beneficios, como por ejemplo fácil acceso a la información.	Considero que en todas partes ha sido importante esta aparición porque facilitan todo tipo de procesos, ayuda a la veracidad de la noticia y lo oportunas que estas llegan a ser.
14	CANAL CARTAGENA Periodista 2. CARTAGENA	Me desempeño como periodista y en algunas ocasiones utilizo las nuevas tecnologías para comunicarme con otros colegas. También, para buscar información sobre algún hecho en particular.	Estar mejor informado, poder divulgar las noticias fácilmente y de una manera rápida.	Conocer con profundidad para qué sirve cada tecnología. Es necesario aprender a utilizar las herramientas.	Nos beneficia porque facilita nuestro trabajo y nos afecta porque muchas veces dependemos de ella.	Excelente porque podemos informar con mayor calidad los hechos que ocurren y a la vez Cartagena se da a conocer más a nivel mundial.
15						

	TELECARIBE Periodista 1. BARRANQUILLA	Soy periodista realizando cubrimiento de noticias generales y de entretenimiento. El internet y uso de mensajería por celulares se ha vuelto fundamental en la inmediatez y actualidad.	El tener una mayor base de datos de colegas y medios de comunicación nacional e internacional	Manejo mediante actualizaciones constantes de programas de última tecnología por ejemplo edición y redes sociales que nos mantienen integrados.	Es de gran beneficio pues nos conecta con lo que pasa en el mundo al igual que facilita el trabajo, siempre verificando la información.	Todavía nos falta un poco mas sobre todo actualizar a los colegas antiguos.
16	CV NOTICIAS Periodista 1. Barranquilla	Coordino la ejecución y realización de proyectos especiales que permiten el desarrollo de eventos y productos. Para lo anterior es necesario el uso de internet, redes sociales, páginas web, etc.	Estar a la vanguardia de lo que hace la noticia, herramienta de esta profesión.	Estar actualizado (conocer programas y medios de información).	Las beneficia por la inmediatez. Se ve afectada porque el proceso de investigación se ve mediado por este elemento.	Muy importante casi fundamental.
17	DIARIO LA VERDAD Periodista 1.	Director del periódico	Muchas, acceso a la información ilimitada, acercarse más a la noticia y facilita la elaboración.	Aprender programas inherentes, diseño, montaje de páginas.	Beneficia acercando y facilitando interacción con fuentes para el	Excelentes herramienta, aprender a usar de manera controlada. Prioridad al desarrollo

	CARTAGENA				envío a otras fuentes, haciendo mecánico, flojo cortando alas de auto desarrollo. Corta y pega, no escribe.	humano de la vocación, sagacidad y visión.
18	DIARIO LA VERDAD Periodista 2. CARTAGENA	Mi función es estar a la par de las noticias judiciales y de sucesos. En esta sección lo primordial es saber al instante los hechos que serán noticias.	Muchas, ya que le abre más opciones tanto comunicativas como expresivas.	La veracidad, la imparcialidad y la primicia.	Beneficia por la oportunidad de estar atentos a los hechos y los afecta porque debilita la pasión de ir a investigar físicamente.	La considero regular.
19	DIARIO EL Q'HUBO Periodista 1.	Editor web y casi todo mi cargo se relaciona con las nuevas tecnologías, con usos de herramientas web, manejo	Antes era un plus, ahora debe estar en el perfil de cualquier periodista. Un estudioso del periodismo	Además, de ser profesionales saber utilizarlas y tener muy en	Lo único en que nos podría afectar es que el reto no tenerlo primero	Es muy débil, las empresas no han asimilado la importancia de las redes y quieren ser competitivas

	CARTAGENA	de twitter, facebook, redes sociales, edición audio visual y contenidos digitales.	digital, Mario Tascón, dice que un periodista sin twitter ni facebook no tiene lugar en los medios.	cuenta a las audiencias.	sino hacerlo bien. Cambian los modelos pero no creo que lo perjudique.	frente a empresas que si te han dado esa importancia.
20	DIARIO EL Q'HUBO Periodista 2. CARTAGENA	Redactora, todos los periodistas procuramos mantener actualizado las redes sociales con las noticias que estamos trabajando.	Se han creado cargos como "editor web", que es una persona que se encarga de estar pendiente de la manera como se publica las notas.	Capacidad de resumen Agilidad Aceptabilidad del lector, respecto a algunos temas.	Le beneficia en el aspecto de poder contar sucesos de una manera rápida y puedes ver la respuesta de tus lectores, hay una retroalimentación .	XXXX
21	EL UNIVERSAL Periodista 1.	Soy editor local y además de trabajar con el periódico impreso, me ocupo de la web del universal	Muchas, he aprendido a desempeñarme en las redes sociales, al montaje de notas en la internet y a	Tener la mente abierta para asimilar todos los retos tecnológicos que surjan. Gustarle la	La beneficia por la rapidez con que puede realizar su trabajo con todos	Son fundamentales y obligan a poner la ciudad a tono con las mejores del mundo en materia

	CARTAGENA	(eluniversal.com.co)	tener más habilidades para la inmediatez de la noticia.	tecnología.	los elementos a la mano y le afecta porque ya no tiene la libertad para hacerlo solo.	noticiosa.
22	EL UNIVERSAL Periodista 2. CARTAGENA	Soy periodista, utilizo el computador para la redacción de notas.	Ahorro en tiempo y fácil acceso a la información.	Buena redacción, capacidad de síntesis, manejo de tecnologías relacionadas con la web.	Los beneficia pues hace más fácil su trabajo y tiene más acceso a la información.	Es provechoso porque se accede a la información de otros lugares del mundo.
23	EL UNIVERSAL Periodista 3. CARTAGENA	Redactor de noticias, actualizaciones en la página web.	Conocer un poco más del avance de la ciencia y de la importancia de las herramientas para el futuro.	Mayor capacitación en este tema y que sean permanentes.	Benefician mucho porque permite que la información llegue de manera inmediata.	Excelente.

24	DIARIO EL TESO Periodista 1. CARTAGENA	La función es netamente de redacción y edición de contenidos. La tecnología es una gran ventaja especialmente para un diario popular, debido a la rapidez, hace tu labor más eficaz y permite el ahorro del tiempo.	Muchos. El tiempo avanza cada vez de una manera más tecnológica y hay que evolucionar con este. El empirismo en esta carrera ya no se usa (o muy poco), y las nuevas generaciones tienen muchos avances. Tres empleos por esa ventaja.	Indagar, experimentar, atreverse, adaptarse a los cambios tecnológicos es muy sencillo para muchos y complicado para otros. Es necesario concentrarse y buscar la manera de probar y experimentar para estar actualizado.	Beneficia en todo sentido. La labor se hace más sencilla y rápida si no hay una cámara en el momento, puedes tomar una foto con un celular y mandarla desde un lugar lejano, antes eso era imposible.	Positivo en esta y todas las ciudades del mundo, el celular, el internet, todo está dado para que el periodismo sea más práctico y a la vez el tiempo ahorrado ayude a perfeccionar el trabajo.
25	DIARIO LA LIBERTAD Periodista 1. Barranquilla	Actualizo sitio de la página web.	Hasta hoy ninguna.	La misma que pide el periodismo: Pasión, rigor, precisión e investigación.	Hasta ahora, ninguna.	Para la inmediatez a servido como ejercicio de información.
26	DIARIO LA LIBERTAD	Actualización de la información de la página web.	Promociones laborales.	Comunicativas, manejo de las redes sociales.	Ayuda a estar informado todo el	Beneficiosa.

	Periodista 2 Barranquilla				tiempo.	
27	GERMAN ANTONIO AGÁMEZ DIARIO LIBERTAD Barranquilla	Bueno, la función que yo tengo dentro de la empresa es la de un primero, reportero y redactor, tengo que ir a buscar la noticia y tengo que escribir la noticia. Después de eso, bueno también hago funciones de fotógrafo porque hoy el periodista es integral, llevo mi cámara y al tiempo de tomar los datos de la noticia, enseguida tomo las fotos si hay oportunidad de hacerlo. Posteriormente, llego al periódico a redactar la noticia y después diagramar mi página porque cada quien tiene su página en la libertad coloco la foto, los títulos, las columnas entonces esa es la función que cumplo. Con relación a las nuevas tecnologías tengo que diagramar la página en unos programas que se llaman	Bueno aunque estoy en el periódico tengo que ir a otros medios porque estoy aquí y aja uno tiene que estar quieto en primera en su medio no me han salido oportunidades en otros medios pero cuando entre aquí no sabía diagramar, no sabía Indesign, no conocía page maker se han abierto nuevas oportunidades para mi, ya yo puedo trabajar con esos programas en otro medio donde me contraten así es que son un par de oportunidades y otras que he aprendido a través de la cibernética se me han abierto dos o tres oportunidades de crecer, aprender en cuanto al tema de las tecnologías	Bueno, las competencias y habilidades que necesitan los periodistas son cada vez mayores, este de por si los periodistas no solo de ahora sino desde mucho tiempo tienen que tener unas características muy marcadas muy importantes, yo diría que como diferentes a los que se tiene en otros medios. Un periodista de tener primero que todo una persona que tenga una cultura general amplia, debe ser un estudioso, debe ser un buen lector, debe ser un tipo que conozca mucho de literatura, tiene que ser una persona que hable muy bien su idioma en este caso el español, que conozca de todos los temas, además que	Como todo, hay cosas que son beneficiosas por ejemplo el celular, el Blackberry, el computador, son cosas que han beneficiado mucho y que han facilitado la labor del periodista, por ejemplo tu puedes estar en cualquier punto del mundo haciendo un hecho noticioso y coges tu teléfono llamas a la emisora, al periódico donde estoy y trasmites en directo lo que estas pasando.	En la aparición de las nuevas tecnologías en ciudades como barranquilla ha sido importante porque aquí tenemos fibra óptica, desde hace mucho tiempo aquí hay conexión a internet en casi todos los barrios, es raro que tú en cualquier barrio de barranquilla no te puedan poner un cable para que te conectes a internet y si no te compras un internet inalámbrico y lo puedes usar. Yo creo, que Barranquilla y Colombia sobre todo en la costa yo creo que estamos más adelantados en el tema de la cibernética el cable de fibra óptica, el cable sub marino que pasa por debajo del mar tu sabes que lo pusieron desde Puerto Colombia hasta Puerto Rico.

		<p>Indesign y page maker estoy relacionado con esos dos programas y entonces tengo que estar muy de cerca y pendiente a lo que nos presenta las nuevas tecnologías</p>		<p>conozca la problemática de su país, que este metido en el tema político, o sea el periodismo es, para hacer un buen periodista, el periodismo es exigente para los que quieran ser un buen periodista. Así es que, el periodista necesita ese tipo de elementos para poder desarrollar su tarea como debe ser. Entonces, la tecnología es uno de esos elementos que necesita el periodista, entonces cada día se va a necesitar que el periodista maneje internet, que maneje las redes sociales que maneje el twitter, que maneje todo lo que le presenta las nuevas tecnologías, el periodismo en línea, el periodista necesita manejar todo lo que valla saliendo el tiene que ir empapándose porque de eso se trata el periodista</p>	<p>Antes, había que tirar una línea, había que poner una consola, había que esperar tres días, ahora tu tomas un teléfono y originas una información de donde tu estas eso es un adelanto verdad? Eso es una cosa importante. Pero también hay cosas negativas como todas verdad, habrá cosa que algunos periodista que el tanto uso del teléfono han tenido problema, de pronto problemas orgánicos, problemas también con la</p>	<p>Yo creo que el gobierno ha hecho un esfuerzo y no nos hemos quedado atrás, estamos adelantados, muy diferente a lo que sucede en algunos países de Latinoamérica, hay países que para conectarte a internet si estas en un pueblito tienes que caminar dos kilómetros, y hay gente que no tiene conexión a internet o hay gente que no tiene el acceso a los computadores como hoy; hoy tu vas a una tienda y te compras un computador, tampoco es que estén muy súper baratos pero tú haces un esfuerzo, porque yo creo que ya en los barrios populares ya hay un computador, un computador vale hasta un millón de pesos o millón doscientos yo creo que el gobierno ha hecho muchos esfuerzo que nosotros debemos reconocer y que</p>
--	--	--	--	--	--	---

				<p>es quizá el ciudadano que hace parte de una sociedad que tiene que estar llevando la bandera como dice un amigo mío, todo lo que es adelanto “tecnología de punta”.</p> <p>Son las competencias profesionales las que se necesitan, porque para mí un periodista no se mide solo porque sepa hacer una grabación o porque sepa manejar un computador, yo creo que lo más importante es el compromiso que uno tenga consigo mismo y con la comunidad.</p>	<p>familia, es mas el Blackberry hoy día es tener un computador en el bolsillo, tienes un Blackberry y te puedes pasar todo el día como la mayoría de los jóvenes, mirando los mensajes que te llegan porque apenas te llegan tu lo sientes y te llaman y te ponen el pin. Conclusión, la vida de familia se ha ido, de pronto para un periodista lo debe tener esto como los médicos que no tienen vida familiar muy excelente puede ser una desventaja alejarte de la familia, volverte</p>	<p>debemos agradecer porque debemos estar al tanto con la tecnologías.</p>
--	--	--	--	---	---	--

					más introvertido metido de lleno en el tema de la tecnología y de pronto no habla con tus amigos, no hablas con el vecino, no hablas con tu esposo, no hablas con tus hermanos estas metido en el cuento, te llaman por teléfono te ponen un mensaje tiene sus cosas en contra es como todo tiene sus pro y sus contra.	
28	EL HERALDO Periodista 1. Barranquilla	Funciones administrativa y periodística. Utilizo todas las herramientas posibles y actuales.	XXXX	XXXX	Inmediatez, información al día, envío y recibo de datos de manera oportuna.	Importante y necesaria.

29	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA DE CARTAGENA Periodista 1. CARTAGENA	Redactor de noticia y coordinador de proyectos comunicativos.	Mejorar el perfil profesional, mejor remuneración económica.	XXXXX	El uso de las tecnologías está abriendo el espectro de acción de nuestra profesión en nuestras ciudades y a nivel global	Muy buenas aunque todavía está iniciando, va por buen camino.
30	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 2. CARTAGENA	Alimento la pagina web.	Mayor proyección profesional.	Investigación, análisis y manejo básico de sistemas.	De manera determinante, tecnología y periodismo son indisolubles.	Está en etapa incipiente.
31	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA DE CARTAGENA Periodista 3.	Soy periodista, cubro eventos culturales e históricos de la ciudad y apoyo otras actividades que se generen. No me toca manejar TIC'S, hay dos personas encargadas	Cuando me piden algún favor de ese tipo, me percaté de lo importante que manejarla para el posicionamiento de la	Deben ser concretos, novedosos a la hora de redactar constantes, en el seguimiento de lo que se sabe y tener muy clara la línea de la	Una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de	Difícil, puesto que la mayoría del gremio esta conformados por personas que se han formado empíricamente, sin pasar

	CARTAGENA	de ese tema.	organización.	organización en la que se encuentra.	periodistas.	por la academia.
32	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 4. CARTAGENA	Periodista, cubriendo eventos. Despacho de la Alcaldía – secretaria de hacienda. En cuanto al uso de nuevas tecnologías utilizamos envío de información por Blackberry, envío de comunicados de prensa en cadena por internet.	Muchas oportunidades, ya que permite una comunicación más abierta y masiva y es la última tendencia.	Agilidad, lenguaje claro, preciso y oportuno. Concisión, dominio de temas cibernéticos, conocimiento básico del inglés.	Beneficia porque hace que la información sea más accesible, abierta, rápida, breve, precisa.	Aún falta mucho por conocer, por aplicar y por capacitar sobre todo a los periodistas de la vieja guardia, que no han aprendido a utilizarla.
33	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 5.	Soy asesora de prensa de despacho y valorización, debe cubrir eventos, hacer entrevistas y redactar los boletines. En realidad es muy poca la aplicación de las nuevas tecnologías en mi trabajo.	Si me he abierto a las nuevas tecnologías, sin embargo considero que requiero ahondar más en este tema.	Primeramente destreza en el manejo del internet, del PC, capacidad de síntesis.	No considero que las nuevas tecnologías generen desventajas a la labor periodísticas por el contrario, hay más herramientas	Me pareció interesante que esta ciudad y sus periodistas se abran a las nuevas tecnologías ya que de esta manera se llegaría al público que poco leen como los jóvenes.

	CARTAGENA				para el ejercicio periodísticos.	
34	PERIÓDICO AL DÍA DIRECTOR Montería	Se adelantan capacitaciones afines al tema periódicamente en Barranquilla y con asesoría o tutoría de expertos en el tema., ello va de la mano con la necesidad mecánica de actualizarse en esa forma de hacer periodismo.		Principalmente periodistas con ganas de aprender y entrega y amor por lo que se hace. Las competencias y habilidades les otorgan el ejercicio profesional cuando estamos dispuestos averiguar.		
35	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 1 Montería	Por medio de nuevos equipos, más fáciles y menos costoso; capacitaciones y talleres que se programan desde la sede central		Los periodistas deben conocer los servicios de internet, que sepan diferenciar fuentes entre blogs, wiki portales web		
36	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 2 Montería	El personal contratado posee conocimientos en cuanto al manejo de equipos, y a través de la página web se incorporan nuevos contenidos.		Que conozcan las temáticas básicas como el manejo de las redes sociales, que manejen la creatividad y sean recursivos a la hora de realizar su labor.		
37	PERIÓDICO AL DÍA	Por medio de algunas capacitaciones y cuenta		El personal que se contrate en el futuro		

	Periodista 3 Montería	propia: seguimiento de datos y uso adecuado de los antivirus.		debe poseer conocimientos en cuanto al manejo de equipos pc, software y métodos de redacción digital.		
38	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 4 Montería	Ha sido lento, pues los dueños de algunos equipos, se resisten a compartir.		Más agilidad en el manejo de la información y difusión incorporando contenidos vía podcasting.		
39	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 1 Montería	A través de internet, cámaras que han hecho y facilitado la labor y cada vez más atienden a la satisfacción tecnológica; las mismas necesidades del medio hace que uno este a la vanguardia.		Se requieren periodistas con conocimientos básicos de software como paquetes de office y software específico como joomla, adobe indesign, photoshop y redes sociales.		
40	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 2	Sin duda alguna las capacitaciones son uno de los pilares fundamentales para ir mezclando el periodismo digital con el periodista.		Que sepan utilizar dispositivos móviles como blackberry, ipod; los cuales facilitan la comunicación y publicación de contenidos rápidamente;		

	Montería	Con capacitaciones en manejo de programas y la importancia de estar conectado al mundo tecnológico.		además de la página web del meridiano.		
41	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 3 Montería	Con la pagina web y fortaleciendo el uso de redes sociales de cara al público, y enfocándolos hacia el uso de skype.		<p>Los periodistas deben manejar páginas webs, redes sociales y la redacción orientada al periodismo digital.</p> <p>Si a mí llega una persona que tiene sólo condiciones para hacer un periodismo convencional, no me sirve porque creo que esa parte la complementaria yo y el equipo que me ayuda en la parte editorial. Tengo un grupo de personas, son como diez, unas escriben otras no, pero me apoyan en el tema de las nuevas tecnologías y eso para mí es de gran ayuda</p>		

42	PERIÓDICO EL UNIVERSAL Periodista 1 Montería	Permanente, a través de la pagina web, recibiendo actualizaciones desde la sede central.		El comunicador deberá ser más interactivo con la población, la información, la inmediatez, más competente en relación con otros medios y mayor comprometido con los contenidos a publicar.		
43	CANAL MONTERÍA Periodista 1 Montería	El mismo medio nos lo ha exigido, hemos creado una página por medio del facebook, y constantemente la estamos actualizando de acuerdo a las noticias que vamos desarrollando diariamente.		Que tenga muy buen conocimiento de periodismo electrónico, de sus cambios y sean personas idóneas con muy buen manejo de nuevas tecnologías que estén amasando con todo.		
44	CANAL MONTERÍA Periodista 2 Montería	A través de dispositivos móviles los cuales nos facilitan la comunicación y la publicación de contenidos. Talleres y tutoriales sobre el		Que manejen mucha creatividad en este campo tecnológico, porque el periodismo actual está exigiendo personas capaces de tener competencias tecnológicas.		

		manejo de la web.				
45	CANAL MONTERÍA Periodista 3 Montería	Capacitaciones y talleres que se programan.		El periodista del futuro debe estar pegado a las redes sociales, para tener la fuente y confrontar con lo tangible.		
46	PERIÓDICO EL COLOMBIANO Periodista 1 MONTERÍA	Por medio de actualizaciones en cuanto a programas.		Debe ser un profesional actualizado en tecnologías y redes sociales		
47	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 1 MONTERÍA	Por medio de la digitalización del texto ayuda a ir al grano, al vínculo es decir al encuentro hipertextual.		Además de los conocimientos básicos y la experiencia se debe exigir una familiaridad con las tecnologías, como herramienta periodística.		
48	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 2	Con la participación en las capacitaciones que se nos brindan		El periodista debe tener una página web y fortaleciéndose en el uso de redes sociales de cara		

	MONTERÍA			al público		
49	CANAL LOCAL TV5 Periodista 2 MONTERÍA	En la sala de edición es donde podemos comprobar el uso de las herramientas que se poseen		Debe ser un periodista capaz de capturar, editar y evaluar su propia producción.		
50	EMISORA RADIO TIEMPO Periodista 1 Montería	Por medio del online, estamos transmitiendo y nos estamos capacitando.		Debe ser un periodista que conozca la norma de derechos de autor, que sepa vender y que tenga conocimientos en sistemas.		
51	EMISORA OLIMPICA Periodista 1 Montería	Por medio de capacitaciones en formatos de audio, como el podcasting		Debe ser un poco cauteloso, que conozca de edición online es decir transmisión por internet.		
52	EMISORA OLIMPICA Periodista 2 Montería	A través de la capacitación en nuevas aplicaciones, aunque todos los días salen nuevas opciones.				
53	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE	xxxx		Periodistas con habilidad para escribir por medio de herramientas		

	CÓRDOBA			tecnológicas.		
	MONTERÍA					
54	PERIÓDICO AL DÍA DIRECTOR MONTERÍA	xxxx		El perfil profesional es el mismo lo que ocurre es que el mismo ejercicio de la inmediatez lleva a una competencia por ser los primeros en informar con calidad conllevan a que el profesional asuma ese rol.		
55	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista	En la web se debe capacitar en métodos y géneros de redacción		La inmediatez no tiene discusión, así como la manera de alimentar la información con muchos elementos que se consiguen en internet, obviamente la elaboración del periódico es más fácil y rápida.		
56	EMISORA OLÍMPICA PERIODISTA	xxxx		El periodista debe manejar bien los programas de		

				comunicación en línea como skype, msn, twiter, faceboock y streaming.		
57	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 3	Capacitaciones en corrección y uso de fuentes es lo necesario que incorporamos.		Debe ser un periodista capaz de tener una foto al instante del hecho noticioso		
58	EMISORA LA VOZ DE MONTERÍA Periodista 1	En la digitalización de material clásico que no se nos pierda con los años.		El periodista debe estar enfocado al uso de herramientas tecnológicas como el skype, es el reto.		
59	CANAL ASICULCA TV Periodista 1	La capacitaciones las tenemos con la DW, principalmente en lo comunitario		Que tenga conocimientos en el manejo de computadores, internet, abiertos a manejar los programas o herramientas que se usen en este medio aquí está el poder.		
60	CANAL ASICULCA TV Periodista 2			Debe ser un periodista que maneje la inmediatez para informar, capaz de abordar más temas en		

				menor tiempo.		
61	CANAL LOCAL TV5 Periodista 1	En la edición online se debe capacitar con todas sus posibilidades		Deben ser periodistas capaz de montar video conferencias en sus páginas web con transmisión en tiempo real.		
62	CANAL NORTE VISIÓN Periodista 1	xxx		El periodista de hoy debe ser un periodística que se acerca al público joven, porque otro público no lo va ver en las redes sociales		
63	CANAL NORTE VISIÓN Periodista 2	xxx		Debe ser un periodista capaz de enfrentar y aprender cada día de su trabajo, que no le de miedo enfrentarse a los nuevos medios tecnológicos, ya que el periodismo estará enfocado al mundo cibernético		
64	ADA ECHENIQUE	Soy periodista, responsable de la coordinación y producción del noticiero	Pues imagínate que yo llevo 23 años de ejercicio periodístico, cuando yo	Bueno, periodista que no esté hoy conectado con las nuevas tecnologías	Siento que nos beneficia por la inmediatez con	Cartagena es una ciudad con unas connotaciones muy especiales, sobre todo

	<p>PERIODISTA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA</p>	<p>institucional de radio de la Alcaldía Mayor de Cartagena “Al oído del Ciudadano” que se emite de lunes a viernes en RCN la Cariñosa 1270 en el Dial. A parte tengo otra función soy asesor del Alcalde de la calle el Doctor Carlos Crismatt y me corresponde hacer todo el apoyo periodístico de la oficina en los temas de su manejo, elaborar boletines de prensa, enviar los boletines, adjuntar archivos, fotografías, enviar toda la información a la página web, igual para la producción de radio, me toca la parte de audios todo lo tengo que subir del internet y me toca enviarlo a los estudios RCN, donde hay otro técnico que hace toda la parte de edición de esos audios.</p>	<p>inicie era con la maquina con la Rémington, de ahí pasamos a la maquina eléctrica luego al computador, era todo por teléfono, no había correo electrónico en esa época y ahora tengo la experiencia de compartir con nuevos profesionales, son chicos muy jóvenes recién egresados de las universidades que tienen todo un campo de acción frente a las nuevas tecnologías, y uno se siente un analfabeta pero esto me ha obligado a ponerme a tono con las nuevas tecnologías, yo antes no sabía adjuntar un archivo y el hecho de tener a mi lado tantos jóvenes me toco, soy auto didacta, en el sistema, he ido aprendiendo en la práctica y todavía me queda mucho por aprender, pero salí del analfabetismo.</p>	<p>indudablemente que está llamado a quedarse rezagado, toca entrar a ponerse a tono, toca entrar a capacitarse a formarse a actualizarse, no solo en el tema de nuevas tecnologías yo siento que el mundo, gira muy rápido, la información es tan veloz y tan ágil que en un momento quedas desactualizado sobre todo por las redes sociales en donde uno también le toca empezar a explorar, a mi me toco abrir una cuenta en twitter, me toca igual ponerme mucho más en sintonía con el tema de las redes sociales que son tan importante hoy para el trabajo de los comunicadores, siento que es un reto para los periodistas sobre todo, para los periodista que</p>	<p>que se maneja la información, el acceso que tiene uno a la información, siento que hay algo que no es bueno y es que hay muchos periodistas que perdieron la capacidad que es el motor de un periodista que es la capacidad de investigar. De confrontar la noticia, de profundizar, de contextualizar. Hoy todo llega en mucho volumen y los periodistas muchas veces no salen de la sala de redacción, no salen ni siquiera de las oficinas y esa es la esencia y la razón de ser de un buen</p>	<p>porque esta es una ciudad donde la ciudad se mueve de lo que popularmente llaman el “RADIO BEMBA” o “EL VOZ A VOZ”. El voz a voz y radio bamba es algo que la ciudad lo tiene y que no ha podido desaparecer y es aquí donde el periodista tiene que ser bien cuidadoso en el manejo de la información porque a veces también sucede que la gente se lee los periódicos, ve la televisión, escucha los noticieros, y creo que tenemos la gran responsabilidad de orientar de buena manera, de orientar de buena forma, de ser responsable en el manejo de la información, para que haya una ciudadanía bien informada por lo que te digo esta es una ciudad que todavía vive del rumor, que vive del radio bamba y que vive del voz a voz, y muchas se</p>
--	---	---	---	--	---	---

				<p>veníamos de la era de piedra, de la edad de piedra diría yo, a esta época moderna nos toca o nos actualizamos o nos formamos o quedamos, desaparecemos.</p>	<p>periodistas es la investigación, es el trabajo de campo, es la relación con el ciudadano y creo que esa es para mí una de las grandes desventajas que hoy las nuevas tecnologías están incidiendo en cómo estamos comunicando, hay más preocupación por la inmediato, por lo de forma que por los de fondo.</p>	<p>acostumbra a tergiversar la información que se publica en los medios masivos.</p>
--	--	--	--	--	--	--

**CUADRO ORGANIZACIÓN DE PERCEPCIONES DE LOS
PERIODISTAS EN TORNO A SU PROFESIÓN A LA LUZ DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL CARIBE COLOMBIANO**

NUMERO DE PARTICIPANTES: 64

N°	Nombre y Medio de Comunicación	Pregunta No.6	Pregunta No.7	Pregunta No.8	Pregunta No.9
		<i>¿De qué manera las nuevas tecnologías inciden en las posibilidades de acceder o conseguir un excelente trabajo?</i>	<i>¿Qué ventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?</i>	<i>¿Qué desventajas ha traído la aparición del Internet a la profesión de periodista?</i>	<i>¿Cómo está el periodismo en esta ciudad con relación a las nuevas tecnologías (en que lo ha beneficiado y en qué no)?</i>
1	EMISORA TODELAR PERIODISTA 1.	Por lo menos manejarlas o conocerlas, te hacen calificado, pero no es requisito fundamental.	Mucho. Sin ella el periodismo no hubiese tenido la condición de la ubicuidad (Estar en todas partes) y transmitir o	estas prácticas inapropiadas de usar la información nos ha vuelto periodistas flojos	Naciendo; en pañales y en la mayoría de los casos indiferente.

			comunicarse sin barreras.		
2	EMISORA TODELAR PERIODISTA 2.	No necesariamente la información que se consigue es verídica, por este motivo se debe llegar más allá, es decir, no limitarse a dicha redacción sino investigar más a fondo la noticia.	Facilidad para obtener información actualizada desde cualquier lugar del mundo.	Falta de investigación y profundidad de la noticia; esta desventaja se percibe regularmente en comunicadores recién graduados.	Cartagena cuenta con la última tecnología en comunicación, pero si hablamos de periodismo existen muchas limitantes al respecto. Ha beneficia a los grandes medios en la ciudad pero no al periodismo independiente
3	EMISORA TODELAR PERIODISTA 3.	Las incidencias están complementadas con el aspecto vocacional (ganas, deseos y metas). El trabajo es necesario darle un giro para darle importancia.	La inmediatez en la comunicación y multiplicación de las noticias.	Las tecnologías propician Dependencia y desinterés en la búsqueda de la noticia presencial, desaparición de las crónicas y reportajes.	El periodismo esta en gran escala posicionado y goza de credibilidad en un porcentaje bueno los beneficios son múltiples. Ejemplo el comunitario.
4	EMISORA TODELAR PERIODISTA 4.	XXXX	La simplificación de las cosas en la radio.	El periodista ya no salen a buscar noticias, todo lo hacen manejando las noticias del internet y se	Más bien regular.

				vuelven más corta y pega.	
5	EMISORA MINUTO DE DIOS PERIODISTA 1.	En un alto porcentaje, porque minimiza los costos de las empresas y tienen toda la información a la mano.	Cercanía Apertura Participación	Uso inadecuado Todos pueden utilizar la herramienta aunque no estén preparados.	En el acceso a la información, pero no todos lo utilizan para desarrollar con ética y responsabilidad la profesión.
6	ORGANIZACIÓN RADIAL OLÍMPICA Periodista 1.	Son necesarias	XXXXXX	Menos investigación	Muy regular
7	CARACOL RADIO Periodista 1.	Es considerado un nuevo requisito laboral.	Facilita su labor.	Ya es menos reportero.	Todavía falta más capacitación de los periodistas.
8	CARACOL RADIO	Estas abren la posibilidad de acceder a nuevas fuentes de	La internet a agilizado la divulgación de los	Los buscadores se han convertido para algunos	Como suele ocurrir las cadenas llevan la

	Periodista 2.	información y de interactuar más fácilmente con los espectadores.	contenidos.	periodistas la única fuente de información. Además, ya muchos no visitan las fuentes.	delantera.
9	EMISORA ATLANTICO Periodista 1.	Hoy puede ser determinantes pero depende del conocimiento del individuo.	No solo al periodista, al mundo de hoy sin internet es imposible. Las nuevas tecnologías me permite obtener información en tiempo real y totalmente actualizada; también puedo contar sucesos de manera rápida y recibir al instante retroalimentación.	Ninguna	En términos generales, ha mejorado sustancialmente. Los beneficios son enormes, pocos inconvenientes.
10	EMISORA MINUTO DE DIOS Periodista 1.	De una buena manera porque a través de las nuevas tecnologías, consigues buenos trabajos porque son fundamentales en el futuro.	Mayor competencia, mejor información, más facilidades para que el periodista cree blogs para él.	Que a través de este hay muchas noticias que la momento de ser sacadas por algún medio de comunicación ya no interesan.	A beneficiado porque las personas se les facilita estar informados, pero una de las desventajas es que es un medio como el periódico que ha sido desvalorizado porque ya no les interesa comprarlo si ya lo pueden ver a través de la internet.

11	DIARIO LIBERTAD Periodista 1.	Hoy en día ya eso es un saber con el que nace la gente. Anteriormente mi jefe mi jefe me dijo <i>“te sientas y aprendes a utilizar el computador sino te vas”</i> .	La posibilidad de acceder a la noticia, la inmediatez, voz, viajar a cualquier lugar del mundo, el internet es una herramienta formidable.	Tengo una preocupación por el plagio creciente, por la forma como usan mal las herramientas informáticas para el trabajo informativo	Yo creo que el que tiene el medio económico, tiene la posibilidad de llegar a todas partes del mundo. Es un potencia inmenso pero para las personas que tienen el dinero para manejar las TIC’S.
12	DISCOS FUENTES Periodista 1.	El periodista de ahora puede acceder a un excelente trabajo gracias a las nuevas tecnologías.	Bastante ventajas, porque la información es inmediata.	Facilismo.	Con relación a las nuevas tecnologías a tenido bastante pero hace falta más.
13	CANAL CARTAGENA Periodista 1.	Incide de forma positiva, facilitan mucho el trabajo, nos permiten estar en la escena del hecho, aunque no sea así.	Fácil acceso a la información Veracidad Datos oportunos, intercambio de información.	El problema con los derechos de autor, hoy en día es muy fácil “comprar” gracias a estas herramientas.	Pienso que de cierta forma se está haciendo buen uso de estas herramientas, permiten que los ciudadanos tengan un rápido acceso a los hechos o sucesos que nos aquejan. Además, las nuevas tecnologías nos han posibilitado tener muchos medios de expresión.

14	CANAL CARTAGENA Periodista 2	En todo sentido, estas herramientas sin duda permiten que nuestros conocimientos, cada noticia sea mejor presentada, mejor estructurada y emitida.	Obtención de información Divulgación masiva de información.	Dependencia Falta de investigación de campo.	Cartagena se ha beneficiado mucho, ahora la gente a través de la internet también puede enterarse de lo que ocurre en la página web sin necesidad de comprar el periódico.
15	TELECARIBE Periodista 1.	Entre más manejes nuevos programas beneficia tu experiencia y hoja de vida.	Sencillamente globalización.	En algunos casos la falta de seriedad de algunas personas manifiesta información falsa que no es confirmado por periodistas antes de divulgar.	Creo que a las personas que manejan las nuevas tecnologías los beneficia por completo siempre y cuando sepan utilizarlo.
16	CV NOTICIAS Periodista 1.	Es necesario que haga parte de la hoja de vida.	Es importante porque es estar en la actualidad.	En el espacio de la investigación.	XXXXXX
17		Bolsas de empleo conocimiento y	Facilidad de acceder a un	Mecanizando al	

	DIARIO LA VERDAD Periodista 1.	facilidad a las fuentes de empleos y tecnologías.	mundo inconmensurable, opciones para la información.	periodista, perder el olfato periodístico.	XXXX
18	DIARIO LA VERDAD Periodista 2.	Mientras que se tenga conocimiento alguno de las nuevas tecnologías, siempre va a ver una puerta abierta.	Muchas, porque se puede corroborar información a través de las fuentes.	Flojera, poca creatividad.	En la veracidad y la oportunidad de estar al instante del lugar de los hechos cuando están sucediendo.
19	DIARIO EL Q'HUBO Periodista 1.	En la democratización de la información y en su manejo. Las nuevas tecnologías ya no deben ser cosas de jóvenes.	Todas las ventajas posibles, la omnipresencia, envío de información y consulta.	Más competencia. Los ciudadanos son periodistas.	Esta crudo, pero son decisiones de las empresas y concientización por parte de los periodistas.
20	DIARIO EL Q'HUBO Periodista 2.	Creo que independiente de que le trabajo sea excelente o no, hay un requisito en cualquier empresa de medios manejar la tecnología.	Más trabajo, más actualización y capacidad de resumen.	Ninguna.	Muy atrasado, aún falta mucho por aprender, sobre todo aprender a aceptar que lo virtual ya es un medio de comunicación independiente del impreso y del radial, por lo tanto las noticias no deben ser igualmente tratadas.

21	EL UNIVERSAL Periodista 1.	Bastante inciden, pues hoy el que no sabe de estos avances está en desventaja y rezagado.	Todas las ventajas cognitivas y de prontitud que te puedes imaginar.	El que obliga a hacer tantas cosas al tiempo, que no logras hacerlas todas, y en muchas ocasiones remplaza el trabajo mental que debieras hacer.	Está en una etapa de aprendizaje frente a otras ciudades. Beneficios: todas las herramientas al tiempo. Desventaja: poco tiempo para tanta cosa.
22	EL UNIVERSAL Periodista 2.	Incide mucho pues facilita las herramientas para hacer y más fácil el trabajo.	Acceso a la información, inmediatez.	Que algunos periodistas se vuelven perezosos y no quieren salir a la calle a buscar la información.	Se ha beneficiado pero aún estamos en desarrollo, falta capacitación el tema.
23	EL UNIVERSAL Periodista 3.	Hoy en día todos deben tener un mínimo conocimiento y si no lo tiene afecta de forma negativa a la hora de encontrar empleo.	Muchas, hay capacidad para informarse más.	Que muchos colegas evitan ir a la fuente.	Está en buen camino, lo beneficia mucho hay mas acceso, quien no tenga buena tecnología se va quedando.

24	DIARIO EL TESO Periodista 1.	En muchos, ahora hay que estar a la par de la modernidad. Las empresas siempre están actualizándose y buscan a las personas con mayores y mejores conocimientos en sistemas. Hay que ser muy complejo.	El Correo, el MSN, el Facebook, se hace más fácil lograr una entrevista, enviar un trabajo, interactuar con colegas, aprender. Tener información de todo el mundo.	Realmente considero que muy pocas.	Creo que los periodistas de antes que aún ejercen están en pos de seguir con una mejor preparación. Las nuevas generaciones tienen o tenemos más ventajas.
25	DIARIO LA LIBERTAD Periodista 1.	Para actualizar hojas de vida en sitios web.	Para acercar el mundo la información y esté al alcance de todos.	Recurso para mejorar estilo de redacción y documentación.	Está dando pasos hacia esas nuevas tecnologías, como nuevos recursos de información y oferta para usuarios.
26	DIARIO LA LIBERTAD Periodista 2.	Ayudar a estar siempre al tanto de lo que demanda el mundo	La difusión de la información y manera rápida.	Muchos rumores y chismes se arrojan a través del internet, eso ayuda muchas veces a la desinformación.	Me ha beneficiado sobre todo para estar bien informado.
27	GERMAN ANTONIO	Indudablemente que las nuevas tecnologías te van a ayudar	Las ventajas son innumerables no solo a la		

	<p>AGÁMEZ</p> <p>DIARIO LIBERTAD Barranquilla</p>	<p>mucho, antes había que ser bueno, estamos hablando en el campo periodístico, tú eras un buen periodista que leías bien, escribías bien, tenías buena voz para un programa de radio, pero ahora no solo te basta con que tengas una buena voz, con que escribas bien, con que tengas una cara linda como para presentar noticias, ahora también tienes que conocer Indesign, tienes que conocer el twitter. Ahora, se requiere una cantidad de conocimientos que tiene que ver con la tecnologías de elementos que te enriquecen entonces tienes que ir mas, más grueso, mas empoderado, para poder asumir, pero eso te sirve porque te hace más competente, o sea “el que se quedo, se quedo”, pero es algo positivo porque ahora el periodista tiene que tener aparte de esas cosas básicas tiene que tener un valor agregado que es el tema tecnológico y eso hace que</p>	<p>profesión del periodista, yo creo que en todos los campos, porque a través de internet, si las ventajas es que a través de internet tu puedes incluso hasta ver y entrar a los sitios donde de pronto no tenías ni idea, ir a las bibliotecas más importantes del mundo, leer textos que nunca ibas a poder leer en el idioma que tú quieras, si tu manejas el Inglés, el Chino y el Japonés puedes leer un texto, entras a la biblioteca de Japón, la Biblioteca del senado de la Estados Unidos es una de las más grande, yo creo que es una de las bibliotecas más grande del mundo y tu por internet puedes entrar a esa biblioteca y puedes leer un libro si lees en inglés, puedes entrar a... yo creo que el mundo es como dijo Marshall Mc Luhan se volvió una aldea, hace rato que el mundo es una aldea gracias al internet,</p>		
--	--	---	---	--	--

		seamos mejores	<p>entonces el internet es una gran ventaja ir, visitar, cosas que a lo que no tenias acceso antes, puedes tener conocimientos muy importantes a lo que antes no podías llegar, puedes escudriñar, buscar, sin moverte de tu casa en un computador, es una ventaja grandísima. Y las desventajas, como todos los medios tecnológicos también las tiene el internet te aleja de familia, el internet te vuelve introvertido, hay gente hoy día, se dice que los jóvenes se han vuelto menos comunicativos, pero menos comunicativos en una parte, menos comunicativos, con el papá, con la mamá, con los hermanos, con los vecinos, con la prima, el primo, pero mucho más comunicativos con la novia, con la “pela” que está en Rock, o una que está en España, yo tengo</p>		
--	--	----------------	--	--	--

			tres novias, una en México, una España, una en Buenos Aires, los jóvenes lo hacen y tu también yo creo que tienes amigos en todos los lugares del mundo, entonces eres comunicativo, te estás comunicando con una cantidad de gente que está bien lejos y de pronto no te comunicas con el que vive al lado de tu casa, son las desventajas que se dan, como todo tiene sus ventajas y desventajas.		
28	EL HERALDO Periodista 1.	Por la diversidad y posibilidades de oferta. A mayores posibilidades, mayor demanda y selección.	Inmediatez.	Posiblemente en momentos de súper facilidad y poca profundidad.	A la vanguardia.
29	OFICINA DE PRENSA	Es un complemento muy	Posibilidad de	Ninguna.	Está en proceso de aprendizaje y

	ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 1.	necesario.	investigación y de intercomunicación instantánea.		perfeccionamiento de la herramienta.
30	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 2.	Lo hace indispensable. Sin conocimientos de tecnologías, no hay muchas oportunidades.	Puso el mundo al alcance de sus manos y su trabajo al alcance del mundo.	El público es su crítico más directo y competencia.	Aún hay mucho trabajo.
31	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 3	Es fundamental manejarlas para ahorrarle un costo a la empresa.	Todo es rápido y fácil para nosotros.	Se ha perdido la investigación el tiempo que se necesita para hacer un buen reportaje, ya no hay tiempo para nada.	Pese que se ha hecho un esfuerzo enorme, las organizaciones de esta ciudad no han comprendido lo importante que son las TIC'S para una organización.

32	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 4.	Actualmente, es prácticamente un requisito conocer y manejar las nuevas tecnologías.	<p>Muchísimas, cambio la manera de hacer periodismo.</p> <p>Ahora la información fluye más rápido, es casi instantánea, es más breve pero concisa y precisa, es más abierta y utiliza un lenguaje universal.</p>	Facilismo en la investigación, ya que la comunicación se ha vuelto más grafica, quitándole protagonismo a un texto bien redactado, preocupa más la forma que lo de fondo.	Aún muy obsoleto, falta más capacitación a los periodistas, sobre todo a la vieja guardia.
33	OFICINA DE PRENSA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA Periodista 5.	Es muy importante y determinante ya que muchas organizaciones van a la vanguardia de las nuevas tecnologías y por ello requieren profesionales con este perfil.	Una de las ventajas es que ahora la información es mas masiva es decir, muchas personas de todos los ámbitos, pueden acceder a ella.	Tal vez la desventaja se da en medios específicos como los escritos, ya que como la información inmediatamente sucede sale publicada en internet, hay lectores que no optan por comprar el periódico.	Personalmente considero que las nuevas tecnologías en el periódico local no se han explotado como es, ya que los periodistas de esta ciudad no están preparados en este tema y muchos no están abiertos a esta.
34	PERIÓDICO AL DÍA DIRECTOR		El uso de archivos digitales antes para buscar una carpeta (físicamente) con información era un lio, hoy		

	Montería		no, todo está en el PC.		
35	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 1		La video conferencia en línea y que se puedan distribuir		
36	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 2 Montería		La agilidad en el manejo de la información y difusión		
37	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 3 Montería		La velocidad con que se adquiere el dato, se transmite, pero no lo meditamos.		
38	PERIÓDICO AL DÍA Periodista 4 Montería		La transmisión por internet		
39	PERIÓDICO EL		La video conferencia,		

	MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 1 Montería		<p>páginas web y transmisión en tiempo real por Internet.</p>		
40	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 2 Montería		<p>Sin las nuevas tecnologías sería imposible ser inmediato para informar, así que se ha mejorado el trabajo y ha facilitado que los periodistas puedan con más tareas en menos tiempo.</p>		
41	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista 3 Montería		<p>Nos acerca un paso más al público joven.</p>		
42	PERIÓDICO EL UNIVERSAL Periodista 1		<p>El manejo de horarios, desde la producción y entrega.</p>		

	Montería				
43	CANAL MONTERÍA Periodista 1 Montería		El crecimiento, la facilidad de crear con nuestro trabajo y estar siempre más allá de los demás.		
44	CANAL MONTERÍA Periodista 2 Montería		Mayor audiencia, mas interactividad, inmediatez y competitivo.		
45	CANAL MONTERÍA Periodista 3 Montería		La facilidad de llevar la señal a todas partes, un ej.la Videoconferencia.		
46	PERIÓDICO EL COLOMBIANO Periodista 1 MONTERÍA		La facilidad de tener una imagen de los acontecimientos desde el epicentro de la noticia.		
47	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 1 MONTERÍA		Agilidad en el manejo de las informaciones.		

48	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 2 MONTERÍA		<p>Poder estar sin necesidad de llegar directamente.</p> <p>Las nuevas tecnologías han ayudado a optimizar la planta de personal, pues ahora una sola persona puede hacer el trabajo de un grupo significativo de periodistas</p>		
49	CANAL LOCAL TV5 Periodista 2 MONTERÍA		<p>La facilidad de manipular para nosotros, sin embargo puede ser una desventaja para el que nos ve y al final a nosotros.</p>		
50	EMISORA RADIO TIEMPO Periodista 1 Montería		<p>Llegar a todas partes, creo que en el futuro no existirán frecuencias.</p>		
51	EMISORA OLIMPICA Periodista 1 Montería		<p>Muchas, se llega a todas partes, cercanía con la audiencia y el chat no los facilita pues el micrófono es para contactar y el control esta en el MSN</p>		
52	EMISORA OLIMPICA		<p>El acercamiento al público</p>		

	Periodista 2 Montería				
53	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA MONTERÍA		El estar conectado al mundo.		
54	PERIÓDICO AL DÍA DIRECTOR MONTERÍA		Xxxx		
55	PERIÓDICO EL MERIDIANO DE CÓRDOBA Periodista		Permitir la posibilidad de que de acceder a las emisión pasadas		
56	EMISORA OLÍMPICA PERIODISTA		Almacenar muchas canciones con buena calidad en su dispositivo.		
57	PERIÓDICO EL PROPIO Periodista 3		La disponibilidad de muchas fuentes, puede ser ventajoso el problema esá en comprobarlas		

58	EMISORA LA VOZ DE MONTERÍA Periodista 1		El almacenaje de datos antiguos como si fueran nuevos.		
59	CANAL ASICULCA TV Periodista 1 Montería		Llegar a todas las comunidades.		
60	CANAL ASICULCA TV Periodista 2		La posibilidad de abrirle paso a las comunidades menos favorecidas		
61	CANAL LOCAL TV5 Periodista 1		xxx		
62	CANAL NORTE VISIÓN Periodista 1		Los distintos formatos nos dan la posibilidad de reproducir mucho más que antes.		
63	CANAL NORTE VISIÓN Periodista 2		La comunicación en doble vía, nos da la posibilidad de saber si somos buenos o no.		
64					Bueno, me da mucha tristeza decirte que está muy rezagado sobre todo porque en

	ADA ECHENIQUE PERIODISTA ALCALDÍA MAYOR DE CARTAGENA				<p>un medio como la radio, que es medio de mayor consumo masivo los periodista te quiero decir los periodista los periodistas en un 80% están y me incluyo, estamos rezados con relación a las nuevas tecnologías, siento que a los periodista a veces nos da miedo aprender del facebook. Yo particularmente le tengo medio al facebook, le tengo pánico al facebook por una sencilla razón, siento que el facebook me hace perder mi intimidad, no es por otra cosa, pero en sí, no hay mucho ánimo, ni mucha motivación por parte de los periodistas en lo que tiene que ver con radio, en ponerse al día con las nuevas tecnologías, siento que la gente de la televisión estámas metida porque les toca, los de los medios impresos obviamente por obligación también tienen que ponerse al día pero todavía nos hace falta mucho y bueno creo que es un reto también y un compromiso personal de cada periodista mirar como enfrenta toda esta dinámica de las nuevas tecnologías para poder ser un profesional idóneo.</p>
--	---	--	--	--	---